

# Kritisk journalistikk i fagpressen

*En kvalitativ analyse av fagbladene Apollon, Budbæreren,  
Handelsbladet FK, Jakt & Fiske, Kommunal Rapport,  
Psykisk helse og Sykepleien*

Anne Tiril Svensson



Masteroppgave i medievitenskap  
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

22. juli 2010



## **Sammendrag**

Denne masteroppgaven undersøker hva som kjennetegner den kritiske journalistikken i den norske fagpressen, eksemplifisert gjennom de syv fagbladene *Apollon*, *Budbæreren*, *Jakt & Fiske*, *Handelsbladet FK*, *Kommunal Rapport*, *Psykisk helse* og *Sykepleien*. Innledningsvis har jeg drøftet hva fagpresse og kritisk journalistikk er. Jeg har foretatt en definisjon av fagpressen, samt en kategorisering av fagblader som mitt utvalg er basert på. Kvalitative intervjuer med journalister og redaktører i de utvalgte fagbladene ble benyttet for å kartlegge hva redaksjonene selv mener om sin kritiske journalistikk. Intervjuanalysen ble videre supplert med tekstanalyse for å undersøke hvordan dette kom til uttrykk.

Analysen viser at den kritiske journalistikken i fagpressen i stor grad er til stede. De utvalgte fagbladene arbeider kildekritisk, har et reflektert forhold til sitt eierskap og opptrer uavhengig. Kritiske utspill må allikevel forstås i lys av utgivers og fagbladets felles verdigrunnlag, og rammene dette verdigrunnlaget skaper. I tillegg til sin kritiske funksjon, har fagbladene en sosial funksjon som skal styrke fellesskapet innen fagbladets dekningsområde. Derfor anser ikke fagbladene avdekning av kritikkverdige forhold som sin fremste funksjon, og motstridende synspunkter presenteres sjelden for konfliktens skyld. Kritikk rettet mot utgiver eller målgruppe har en konstruktiv tilnærming, og er ofte ment rettleidende.

## **Abstract**

This thesis examines the characteristics of critical journalism in the Norwegian specialized press, exemplified by the seven magazines *Apollon*, *Budbæreren*, *Jakt & Fiske*, *Handelsbladet FK*, *Kommunal Rapport*, *Psykisk helse* and *Sykepleien*. Initially, I will discuss what the specialized press and critical journalism is. I have made a definition of the specialized press, as well as a categorization of magazines that my selection is based on. Qualitative interviews with journalists and editors in the selected magazines were used to determine what the editors themselves believe about their critical journalism. Interview analysis was further supplemented with textual analysis to examine how this came to expression.

The analyze shows that the critical journalism in the specialized press is largely in place. The selected magazines work with a critical perspective on their sources, have a reflective relation to their ownerships, and act independently. Critical statements should nevertheless be

understood in light of the publishers' and magazines' shared values, and the frames the shared values create. In addition to their critical function, the magazines also have a social function to strengthen the community in the magazines coverage. Therefore the magazines do not consider disclosure of reprehensible conditions as their primary function, and conflicting views are rarely presented for the conflict's sake. Criticism aimed at the publisher or the audiences have a constructive approach, and are often meant as guiding.

## Forord

---

Arbeidet med denne masteren har vært en lærerik og spennende prosess. Mange har bidratt til at oppgaven har tatt form og fortjener takk.

Først og fremst vil jeg rette en stor takk til min veileder Helge Rønning (H09/V10), for tålmodig og konstruktiv veiledning. Videre fortjener alle i Den Norske Fagpresses Forening takk for å svare på mine uttallige spørsmål og for lån av deres arkiv. Tusen takk for at dere har stilt opp, latt meg delta på spennende møter og konferanser, og ikke minst vist interesse for mitt arbeid.

En takk rettes også alle mine informanter. Dere har stilt opp på strak arm og gjort intervjuprosessen til en lærerik fornøyelse. Uten dere ville ikke denne oppgaven eksistert. En takk rettes også til alle fagblader som har svart på mine små eller store henvendelser.

Takk til min familie for uvurderlig støtte og motivasjon. En ekstra stor klem til pappa for faglige diskusjoner og gode råd.

Takk til alle venner for oppmuntring underveis. Og en ekstra takk til Ingvild Bjerkeland for korrekturlesning. En takk rettes også alle nye venner på skrivestua, for faglige diskusjoner og ufaglige påfunn. Det har vært utrolig gøy å bli kjent med dere!

Sist, men ikke minst en stor takk til min samboer Steinar. Takk for din tålmodighet og for at du alltid har troen på meg.

Anne Tiril Svensson,

Oslo, 22. juli 2010



# Innholdsfortegnelse

---

<b>1. Innledning</b>	1
1.1 Fagpressen – ”det glemte mediet”	1
1.2 Problemstilling	1
1.3 Analyseobjekt: syv kategorier, syv fagblader	2
1.4 Oppgavens struktur	3
<b>2. Bakgrunnskapittel</b>	5
2.1 Tidligere forskning	5
2.1.1 Internasjonal forskning	6
2.2 Fagpressen – Et historisk perspektiv	7
2.3 Fagpressen – En definisjon	10
2.4 Fagpressen i forhold til andre medier	16
2.5 Fagpressen i samspill med andre medier	19
2.6 Fremtidens fagpresse	22
<b>3. Teoretiske perspektiver</b>	25
3.1 Pressefrihetens betydning og journalistikkens legitimitet	25
3.1.1 Uavhengighet og presseetikk på plakaten	27
3.1.2 Kildekritikk	29
3.1.3 Undersøkende journalistikk	30
3.2 Utvalg og nyhetskriterier	32
3.2.1 Tolkingsrammer	35
3.2.2 Undersøkende journalistikk vs. Nyhetskriterier	36
3.2.3 Forholdet mellom rapportering, analyse og undersøkning	37
3.3 ”Lim og lupe” i journalistikken	38
3.4 Fagpressen som Stakeholder media	39
3.5 Ulike betydninger av kritisk journalistikk	42
<b>4. Metode</b>	44
4.1 Kvalitativ forskning	44
4.2 Kategorisering	45
4.3 Utvalg av fagblader og artikler	47
4.4 Tekstanalyse	49
4.5 Kvalitativt intervju	51
4.5.1 Utvalg av informanter	52
4.5.2 Gjennomføring av intervjuene	54
4.5.3 Temabasert intervjuanalyse	54

4.6 Metodiske utfordringer.....	55
4.6.1 Generalisering, validitet og reliabilitet.....	56
<b>5. Kategorisering av fagblader .....</b>	<b>58</b>
5.1 Yrkesrelaterte blader .....	59
5.2 Bransjeblader.....	60
5.3 Hobby- og fritidsblader .....	61
5.4 Livssituasjonsblader .....	62
5.5 Kunnskapsblader .....	63
5.6 Sektorpolitiske blader.....	64
5.7 Idealistiske blader.....	64
5.8 Oppsummering kategorier.....	65
<b>6. Presentasjon av utvalgte fagblader .....</b>	<b>66</b>
6.1 <i>Sykepleien</i> .....	66
6.2 <i>Handelsbladet FK</i> .....	68
6.3 <i>Jakt &amp; Fiske</i> .....	70
6.4 <i>Psykisk helse</i> .....	72
6.5 <i>Kommunal Rapport</i> .....	74
6.6 <i>Apollon</i> .....	76
6.7 <i>Budbæreren</i> .....	78
6.8 En kritisk impuls .....	79
<b>7. Kritisk journalistikk i fagpressen .....</b>	<b>80</b>
7.1 Redaksjonell autonomi .....	80
7.1.1 En innrammet redaksjonell autonomi.....	85
7.2 Kildekritikk .....	88
7.3 Å avdekke kritikkverdige forhold .....	92
7.4 Fagpressens forhold til dagspressen .....	97
7.5 Fagpressens forhold til egen målgruppe.....	101
7.6 På lag med den ”lille mann”.....	104
<b>8. Avslutning .....</b>	<b>107</b>
8.1 Kritisk journalistikk som uavhengighet .....	107
8.2 Kritisk journalistikk som metode og resultat .....	108
8.3 Kritisk journalistikk i lys av fagbladenes holdning.....	109
8.4 Kritisk journalistikk som Stakeholder media .....	109
 Referanser.....	 111
Vedlegg 1: Oversikt over fagblader og kategorier .....	120
Vedlegg 2: Intervjuguide – redaktør .....	126



Vedlegg 3: Intervjuguide – journalist.....	129
Vedlegg 4: Opplagsutvikling for aviser, ukeblader og fagblader .....	131
Vedlegg 5: Artikler .....	132



# 1. Innledning

---

## 1.1 Fagpressen – ”det glemte mediet”

Journalist Odd Harald Røst uttrykte i et intervju med *Klassekampen* i 2008 overraskelse over at ingen medieforskere eller journaliststudenter tidligere har foretatt en gjennomgang av LOs fagblader (*Klassekampen* 12.09.2008). På bakgrunn av dette skrev han boken *Fra meddelelsesblad til mediehus. Fagbevegelsens fagblader fra 1876 til 2008*. Røsts utsagn er symptomatisk for mitt møte med fagpressen. Ikke bare LOs blader, men all fagpresse i Norge er et lite utforsket område. Til å være en pressegruppe med et stort omfang, hvorav 223 blader er medlem av Den Norske Fagpresses Forening (DNFF), hører vi sjelden om den, selv om mange fagblader har langt større opplag enn norske aviser. For de fleste av oss utgjør faktisk fagblader en viktig del av yrkes- eller fritidshverdagen, likevel er pressegruppen i all hovedsak oversett av medie- og journalistforskere. I pressehistoriske bøker blir som oftest avisenes historie skissert, mens fagpressen nevnes i bisetninger, om den nevnes i det hele tatt. Mediehistoriker Henrik Bastiansen svarte på min henvendelse om tidligere fagpresseforskning at han dessverre ikke har noen konkrete litteraturtips. Noe han selv påpeker som et eksempel på hvor lite forskerne har interessert seg for denne delen av pressen (Bastiansen 17.12.2009).

At det finnes lite tidligere forskning på fagpressen, har vært en utfordring i mitt arbeid. Mye innen fagpressen har vist seg interessant å forske på, men innen denne masteroppgavens format vil jeg ikke kunne omtale alt som er viktig. Fagpressen er samlet sett en stor pressegruppe, men enkeltbladene har ofte et begrenset nedslagsfelt. Når noen blader blir nevnt, vil andre bli glemt. Variasjonen innen norske fagblader både innholdsmessig, i størrelse og utgivere gjør at et utvalg ikke kan generaliseres for hele pressegruppen. Samtidig har jeg ansett mangelen på tidligere forskning som en drivkraft. Det er ingen som har analysert fagbladenes kritiske journalistikk slik jeg vil gjøre her. Forhåpentligvis kan min forskning dermed belyse en del av fagpressen og gi et nytt tilskudd til et nåværende ufullstendig forskningsfelt.

## 1.2 Problemstilling

Mitt utgangspunkt for denne oppgaven, er å undersøke hva fagpresse er og peke på den kritiske journalistikken i fagpressen. For å gjøre dette har jeg formulert problemstillingen:

*Hva kjennetegner den kritiske journalistikken i fagpressen?*

Problemstillingen inneholder en forutinntatt antagelse om at det *finnes* kritisk journalistikk i fagpressen. Et mål med denne oppgaven blir derfor å vise i hvilken grad den kritiske journalistikken forekommer, og hva som kan påvirke fagbladenes kritiske journalistikk. For å besvare problemstillingen må jeg imidlertid redegjøre for de to begrep som ligger til grunn for problemstillingen:

*Hva er fagpresse? og Hva er kritisk journalistikk?*

Spørsmålet *Hva er fagpresse?* kan virke overflødig ettersom de fleste av oss møter på fagblader i hverdagen, enten gjennom utdanning, jobb eller fritid. En stor og uoversiktlig pressegruppe gjør at det verserer ulike meninger om hva fagpresse er, og hvilke blader som kan regnes som fagblader. Samtidig har fagpressens sene innføring av Redaktørplakaten, samt sene innmelding i Norsk Presseforbund gitt pressegruppen et rykte som markedsførere av sine utgiveres meninger. Flere fagblader har internt slitt med konflikter og urimelige spilleregler, og eksternt blitt ansett som sin utgivers lojale talsmann (Bonde 1998, Nydal og Monsen 1989). I dag er bildet mer nyansert, da det formelle er på plass for å likestille fagpressen med annen presse. Noen har allikevel en oppfatning av at fagblader fortsatt er avhengige aktører. Selv om de aller fleste vet hva et fagblad er, vet få hvilke redaksjonelle forhold fagbladene jobber under.

At jeg tar utgangspunkt i fagpressens kritiske journalistikk bryter derfor med en forutinntatthet overfor fagpressemediet, som jeg har møtt i mitt arbeid med denne oppgaven. Da lite forskning har berørt den norske fagpressen siden tidlig 90-tall, indikerer dette at eksisterende forskning heller ikke har tatt høyde for fagpressens innføring av presseetiske normer og regler. Ved at jeg implisitt fremstiller fagpressen som utøver av kritisk journalistikk i min problemstilling, markerer jeg at jeg vil utforske fagpressen i dag, og ikke fagpressen slik den var. Kritisk journalistikk er imidlertid ikke et uproblematisk begrep. Begrepet har blitt ilagt en rekke betydninger og kan anses som et ”honnørord”, ofte benyttet i forbindelse med betegnelsene undersøkende og uavhengig journalistikk. I teorikapitlet klargjør jeg derfor hvordan jeg vil benytte begrepet kritisk journalistikk.

### **1.3 Analyseobjekt: syv kategorier, syv fagblader**

I første omgang er mitt utvalg basert på blader med medlemskap i DNFF. Foreningen, som ble stiftet i 1898, er landets eldste landsdekkende presseorganisasjon, og arbeider for å bedre

fagbladenes rammebetingelser, samt har et fokus på kvalitetsheving i fagpressen. Medlemsbladene i DNFF må redigeres etter Redaktørplakaten og øvrige presseetiske regler. Et utvalg av fagblader med begrensning til DNFF, gir et representativt, men moderert utvalg, håndterlig for denne oppgavens format. En kategorisering av disse fagbladene har vært en forutsetning for å kunne foreta et videre utvalg av enkeltblader, og samtidig bevare fagpressens mangfold. Kategoriene jeg har kommet frem til er; yrkesblader, bransjeblader, hobby- og fritidsblader, livssituasjonsblader, kunnskapsblader, sektorpolitiske blader og idealistiske blader. Med utgangspunkt i kategoriene består mitt endelige utvalg av disse syv fagbladene; *Apollon*, *Budbæreren*, *Handelsbladet FK*, *Jakt & Fiske*, *Kommunal Rapport*, *Psykisk helse* og *Sykepleien*<sup>1</sup>. En nærmere begrunnelse for dette utvalget finnes i metodekapittelet.

#### 1.4 Oppgavens struktur

Ettersom fagpressen er et lite utforsket område, anser jeg det som nødvendig å si noe om fagpressen som helhet, før jeg ser på fagbladenes kritiske journalistikk. **Kapittel 2** består derfor av et lengre bakgrunnskapittel om fagpressen. Dette kapittelet gjør rede for tidligere forskning, samt undersøker hva fagpresse er historisk og definisjonsmessig. En egenformulert definisjon av fagpressen foreslås, og ligger til grunn for hvordan jeg videre benytter begrepet fagpresse. Bakgrunnskapittelet setter også fagpressen inn i en medievitenskapelig kontekst, ved å se på fagpressens forhold til og samspill med andre medier.

Under de teoretiske perspektiver, **kapittel 3**, vil jeg tilnærme meg en forståelse av begrepet kritisk journalistikk. For å gjøre dette belyses kritisk journalistikk som en normativ og ideell journalistikk. Deretter fremstilles ulike journalistiske påvirkningsfaktorer, i et forsøk på å etablere en forståelse for hvorfor den deskriptive journalistikk ikke nødvendigvis lever opp til dette idealet. Brian McNair påpeker at journalistikken påvirkes av teknologiske, politiske, økonomiske og kildetaktiske faktorer (1998:14). I tillegg trekker han frem en indre påvirkningsfaktor, hvor profesjonskulturens etikk, koder og konvensjoner, samt organisatoriske begrensninger som tidspress, er med på å forme det journalistiske arbeidet (ibid). I denne oppgaven har jeg valgt å fokusere på de indre påvirkningsfaktorene, samt fagpressens eierforhold. Mine teoretiske perspektiver er hentet fra nyhetsjournalistikken.

---

<sup>1</sup> *Apollon* utgis av Universitetet i Oslo, *Budbæreren* utgis av Den Evangelisk Lutherske Frikirke, *Handelsbladet FK* utgis av Norges Colonialgrossisters Forbund, *Jakt & Fiske* utgis av Norges Jeger- og Fiskerforbund, *Kommunal Rapport* utgis av Kommunal Rapport AS, *Psykisk Helse* utgis av Rådet for psykisk helse og *Sykepleien* utgis av Norsk Sykepleierforbund.

Avslutningsvis presenteres imidlertid begrepet stakeholder media (interessent media), som en alternativ tilnærming til fagpressens journalistikk.

I **kapittel 4** redegjør jeg for hvordan jeg har gått metodisk til verks, og peker på metodiske utfordringer. Oppgaven baserer seg på kvalitative intervjuer med de utvalgte fagbladenes redaktører og journalister. Tekstanalyse inngår også som en viktig metode, hvor artikler fra de ulike bladene er gjenstand for analyse. Mitt metodiske arbeid består også av kategoriseringen av fagbladene.

**Kapittel 5, 6 og 7** er viet analysen. Kategoriene jeg har utviklet og senere foretatt mitt utvalg fra, presenteres i **kapittel 5**. Dette kapittelet gir et perspektiv på fagpressens mangfold og peker på hvordan dette kan påvirke de ulike fagbladenes kritiske journalistikk. I **kapittel 6** presenterer jeg de utvalgte bladene, med vekt på deres kategoriplassering, utgiver, innhold, målgruppe og journalistiske egenart. I **kapittel 7** analyseres og drøftes de foretatte intervjuene i en tematisk intervjuanalyse. I intervjuanalysen fokuserer jeg på hva informantene selv legger i begrepet kritisk journalistikk og undersøker ulike påvirkningsfaktorer. Tekstanalysene vil presenteres sammen med intervjuanalysen, og underbygger funn fra intervjuene. Kun enkelte av de utvalgte tekstene benyttes som eksempler, og analysen av disse vil ikke presenteres i sin helhet, på grunn av oppgavens format. I dette kapittelet knyttes empiriske funn opp mot mine teoretiske perspektiver. Således drøftes analysefunnene i lys av teorier knyttet til kritisk journalistikk, og hva som kan vanskeliggjøre denne. Avslutningsvis vil jeg, i **kapittel 8**, samle trådene ved å oppsummere mine funn.

Oppgaven vil slik bestå av en deskriptiv del, der målet er å belyse fagpressen som pressegruppe og bladenes forutsetninger for å bedrive kritisk journalistikk. I den analytiske delen, er målet å undersøke fagpressens tekster og redaksjonenes egen oppfattelse av sin kritiske journalistikk.

## 2. Bakgrunnskapittel

---

### 2.1 Tidligere forskning

Av historiske framstillinger om fagpressen, kan Gunnar Wasbergs *Fagpressen i Norge* (1998) og Arne Bondes *For kunnskap i tiden* (1998) nevnes. Bøkene er begge utgitt i forbindelse med DNFFs 100 års jubileum. DNFF står også bak en rekke småskrifter, som retter seg mot det praktiske arbeid en journalist, redaktør eller utgiver møter i fagpressen. Dette er titler som *Redaktør i fagpressen* (Tannæs, 1995), *Utgiverrollen i Fagpressen* (Johansen, 2003) og *Fagpressens redaktørhåndbok* (Mathiesen, u.å.).

Selv om fagpressen er lite studert, finnes det noe forskning som har relevans for problemstillingen. Barbro Sveen nevner i sin magistergradsavhandling i sosiologi om fagpresse og mikromedier (*Fagpressen er for alle ikke bare de sære*, 1991), senere utgitt som en rapport (*Små samtaler og små medier*, 1993) at disse mediene ofte er oversett av medieforskere. Sveen foretar en kvantitativ undersøkelse, som viser mengden og bredden av norske fagblader. Slik ønsker hun å påpeke at fagbladene samlet formidler mengder med nødvendig informasjon, og derfor er, på noen områder, også vårt viktigste medium (1993:1). Sveen definerer hva som menes med fagblader og deler bladene inn i ulike kategorier. Jeg vil senere benytte elementer fra hennes definisjoner og kategorier. Det må allikevel påpekes at Sveens utgangspunkt i både fagpresse og mikromedier, gir et større antall blader enn hva jeg benytter i denne oppgaven. Med mikromedier mener Sveen nærmiljøblader, en gruppe blader som ”begrenser sitt interesseområde til lokalmiljøet”<sup>2</sup> (ibid:12).

Tove Nielsen utga i 1984 rapporten *Norsk fagpresse – et medium for organisasjonssamfunnet*. Her kartlegger Nielsen først hva fagpresse er, og skisserer fagpressen som organisasjoners kommunikasjonsplattform. Deretter behandles spørsmål om hvordan fagpressen leses gjennom en næranalyse av fagbladet *Skoleforum*<sup>3</sup>. Nielsen omtaler fagpressen som ”det glemte mediet” i medieforskning og at rapporten derfor har karakter av primærforskning og kartlegging (1984:3). Både Sveen og Nielsen påpeker at en mangelfull oversikt over et stort antall fagpresseblader har bydd på utfordringer. Deres arbeider bærer samtidig preg av å være

---

<sup>2</sup> Eksempler på Sveens mikromedier er; velaviser, menighetsblader, krets- og lagaviser til landsomfattende organisasjoner og idrettslagenes klubbaviser (Sveen, 1993:13).

<sup>3</sup> *Skoleforum* skiftet senere navn til *Skolefokus*. I 2001 kom en sammenslåing av Lærerforbundet, som utga *Skolefokus*, og Norsk Lærerglag, som utga *Norsk Skoleblad*. Dette førte til en nedleggelse av de to bladene, som ble erstattet av bladet *Utdanning*.

skrevet på tidlig 80- og 90-tall. Siden arbeidene ble skrevet, har store forandringer funnet sted i medielandskapet, hvorav nye redaksjonelle regler og Internett har tilkommet. Disse forandringene plasserer, eller kan plassere fagpressen i medielandskapet på en annen måte nå enn den gang.

Av nyere forskning finnes Stig Øklands hovedoppgave *Redaksjonell autonomi. En studie av fagbladet Bistandsaktuells forhold til eier*, Norad fra 2004. *Bistandsaktuelt* ble på daværende tidspunkt ikke redigert etter Redaktørplakaten, og var utelukket fra interesseorganisasjoner som DNFF, Norsk Redaktørforening og Norsk Journalistlag<sup>4</sup>. Økland spør derfor om mangel på redigering etter Redaktørplakaten automatisk betyr et fravær av redaksjonell autonomi (2004:1). Ettersom mitt utvalg er basert på blader med medlemskap i DNFF, hvorav Redaktørplakaten er obligatorisk, vil ikke dette være en aktuell problemstilling i denne oppgaven. Om mangel på redaksjonell autonomi likevel kan forekomme, er et interessant spørsmål, og dette vil undersøkes i min analyse.

Våren 2007 gjennomførte journalistikkprofessor Sigurd Allern en kvantitativ innholdsanalyse av LO-fagbladenes dekning av Valla – Yssen konflikten<sup>5</sup>. Resultatet ble fremlagt ved den nordiske LO-fagbladkonferansen i Stavanger, samme vår (Røst, 2008:134). Undersøkelsen viser at fagbladenes dekning av konflikten var mer balansert og variert enn i dagspressen. Allern påpeker allikevel at LOs fagblader i større grad burde funnet sin plass som motmakt og kritiker versus markedsledende medier, enn hva fagbladene viste i Valla - Yssen tilfellet (Allern 2007).

### **2.1.1 Internasjonal forskning**

Internasjonalt er den danske fagpresseforskning av særlig interesse, ettersom det danske og norske mediebildet er noenlunde likt. I tillegg har foreningen Danske Specialmedier likhetstrekk med DNFF. Grunnlagt i 1905 under navnet Dansk Fagpresse har foreningen i dag 360 medlemsblader. Bladene redigeres under et etisk regelverk, og foreningen jobber for å bedre fagpressens vilkår (Danske Specialmedier). Danske Specialmedier utgir også publikasjoner om den danske fagpresse, som *Fagpressen - fremtidens massemedie* (Sørensen,

---

<sup>4</sup> Bistandsaktuelt ble medlem av DNFF i 2008. (*Fagpressenyt.no* 18.09.2008)

<sup>5</sup> Ingunn Yssen sa opp sin stilling i LO i 2007 etter konflikt med LO-leder Gerd Liv Valla. Yssen følte seg mobbet av Valla og offentliggjorde oppsigelsen. Valla svarte med å offentliggjøre et forsvarsbrev. Hun beklaget seg siden, men et utvalg valgte å granske saken. Valla mottok hard kritikk fra granskningskomiteen og fratrådte sin stilling som LO-leder.



red. 1980), fra foreningens 75 års jubileum. Boken er imidlertid skrevet i 1980, og fremtiden har blitt til fortid og mye er derfor utdatert. Av nyere danske undersøkelser finnes Peter From Jacobsens rapport *Fagpressens flermediale fremtid* (2005), som studerer konsekvenser, muligheter og utfordringer fagpressen står overfor i den flermediale utviklingen (2005:3). I boken *Tag os på ordet – journalistikkens vilkår på fagbladene* (2002) spør Yvonne Schantz hva slags journalistikk en finner i de danske fagbladene. Bladenes troverdighet drøftes, og også her trekkes fagbladenes fremtidsperspektiv inn. I *Fagpressen i den journalistiske fødekæde*<sup>6</sup> (2005) undersøker Anker Brink Lund hvordan fagpressen benyttes av andre medier, ved å kartlegge mediets journalistiske plassering og samfunnsmessige betydning. På svensk side ble Föreningen Svensk Fackpress, etablert i 1931. Denne ble imidlertid slått sammen med Svenska Veckopressens Tidningsutgivareförening i 1997, og heter idag Sveriges Tidskrifter (Sveriges Tidsskrifter). Ettersom både ukeblader og fagblader regnes som "tidskrifter", er ikke foreningens arbeid umiddelbart sammenliknbart med norske forhold.

At fagpressen er lite utforsket, kan ha bakgrunn i pressegruppens uensartethet. Jeg vil derfor undersøke hva den norske fagpresse er. Dette gjøres i to vendinger. Først pekes det på hvordan fagpressen vokste frem som en selvstendig pressegruppe, og dermed skapte behov for en egen forening; DNFF. Deretter defineres begrepet fagpresse slik det vil benyttes videre.

## **2.2 Fagpressen – Et historisk perspektiv**

Nielsen påpeker i *Norsk fagpresse – et medium for organisasjonssamfunnet* fagpressens historiske uklare linjer: "Historisk har fagpressen sprunget ut av publikasjoner som vanskelig kan karakteriseres som fagtidsskrifter i dag. De må allikevel forstås som fagpressens historiske røtter" (1984:33). Disse uklare linjene påpekes også av Wasberg i *Fagpressen i Norge*, som mener det vi i dag kaller dagsaviser, lenge var fagpresse (1998:67). Wasberg oppsummerer videre fagbladenes utvikling i tre epoker: Først var bladene "allmennorienterende tidsskrifter med betydelig innslag av spesialviten" (1998:7). Deretter "vitenskapelige og bransjeorienterte tidsskrifter og serier med forskningsresultater, innovasjoner og orientering for en avansert leserkrets" (ibid). Før det endelig kom "emnemessig mer frittstående periodika som det er naturlig å definere som fagtidsskrifter" (ibid). Mye tyder på at vi i dag er på vei inn i en fjerde epoke, hvor nettbaserte blader også utgjør en stor del. Dette har gitt de periodiske bladene en ekstra plattform som skaper rom for

---

<sup>6</sup> Del 1. Et undervurdert nyhetsmedie

hyppigere oppdateringer. Nielsen påpeker at fagbladenes vekst har forbindelse med at det har blitt flere emner å utgi blader om (1982:39).

Fagbladenes lange historie sammenfaller med fagpressens langvarige organisasjonshistorie. Allerede i 1898 ble DNFF stiftet, etter initiativ fra *Elektroteknisk Tidsskrifts* redaktør, Hans Henrik Berg-Jæger. Stiftelsen viste at det var behov for organisering og samhold i en stadig voksende pressegruppe. Flere blader meldte seg inn, blant annet for å understreke at fagbladene burde likestilles med avisene (Bonde 1998:37). På tidlig 1900-tall ble imidlertid skillet mellom aviser og fagblader skarpere. Avisene utviklet seg til politiske og nyhetsrettede organer, mens fagbladene dyrket sine fag (ibid:76). Avisenes journalistiske miljøer skilte seg også fra fagbladene, som ofte ble redigert av personer med akademisk eller yrkesfaglig, fremfor journalistisk bakgrunn (ibid). Samtidig var skillet mellom eier og redaktør lenge vagt i fagpressen. Martin Eide skriver i *Den redigerende makt* (2000) at redaktørrollen i fagpressen tradisjonelt har vært en tillitsmannsrolle, men etter hvert som bladene krevde mer arbeid, ble egne redaksjonelle stillinger opprettet. Skjønt tittelen redaktør hørte til sjeldenhetene, mens titler som ”daglig redaktør” gjenspeiler holdningen om at en organisasjons daglige leder også skulle være bladets ansvarlige redaktør (Eide 2000:245). På bakgrunn av dette fikk heller ikke fagbladene innpass i Norsk Presseforbund (Bonde 1998:77). Fagpressens rolleblanding har i nyere tid ført til en kamp om uavhengighet, hvorav fagpressen har blitt omtalt som journalistenes østfront (Omdal, 1989) og redaktørene som kastrerte (Nydal og Monsen, 1989). Fagpressens historie er derfor i stor grad en historie om hvordan Redaktørplakatens nedfelte idealer gradvis fikk gjennomslag (ibid:244).

Ved etableringen av Fagpressens Redaktørforening (FRF) 4. mai 1973, var ønsket å markere at fagpressen hadde redaktører som *kun* var redaktører. På denne tiden hadde DNFF en egen Redaktørplakat, men det var ikke obligatorisk for medlemsbladene å følge denne. Først i 1996 ble den allmenngjeldende Redaktørplakaten<sup>7</sup> innført, denne gangen som obligatorisk, og DNFF ble tilsluttet Norsk Presseforbund. Som medlem av dette forbundet, må DNFFs blader også redigeres etter gjeldende presseetiske regler, som Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten.

---

<sup>7</sup> I dag er det kun én Redaktørplakat i Norge. Denne omfavner alle medier.

DNFFs opprydningsprosjekt *Bladprosjekt 2000*, tok sikte på å skille ulike rolleblandinger, og slik regulere det formelle avtaleforholdet mellom fagbladutgiver og bladets redaktør. Flere fagblader meldte seg imidlertid ut av DNFF i protest. For noen innebar et skille mellom organisasjon og redaksjon ekstra utgifter, og flere ansatte. Eieres ønske om selvstendig kontroll over bladet var også medvirkende til å ønske disse rollene samlet. Nåværende administrerende direktør i DNFF, Even Trygve Hansen, var med på gjennomføringen av prosjektet og mener manglende bevissthet og usikkerhet rundt utgiverrollen kan forklare ulike reaksjoner på rollefordelingen:

Rundt 80 % av våre blader er utgitt av organisasjoner hvor utgiver ikke har publishing som hovedoppgave. Det kan for eksempel være en fagorganisasjon som har som oppgave å sørge for sine medlemmers ve og vel i arbeidslivet, samtidig som de gir ut et blad. Utgiveren er da gjerne en forbundsleder, direktør eller styreleder, som i 99,9 % av arbeidstiden har andre ting å gjøre. Personen kan lite om utgivelse og de etiske regler, og kan av og til føle seg truet av en redaktør som har frihet innenfor et blads vedtatte regler. Noen kan føle seg utrygg i den rollen og liker ikke at noen pirker i hva man gjør og stiller kritiske spørsmål. (Hansen, 18.03.2010)

Rolleblandinger er et dilemma også i dag, og DNFFs sentrale administrasjon arbeider for å løse opp i slike konflikter. *Norsk Husflid* er eksempelvis et fagblad som ønsker å la direktøren også inneha tittelen redaktør. På bakgrunn av dette må bladet melde seg ut av DNFF, hvis ikke vil de i henhold til vedtektene bli ekskludert gjennom vedtak i DNFFs hovedstyre (ibid).

DNFF har også opprettet et eget journalistforum for sine medlemsbladets redaksjonelle medarbeidere. Medlemskap i FRF eller journalistforumet utelukker imidlertid ikke medlemskap i eksempelvis Norsk Redaktørforening eller Norsk Journalistlag. Fagpressens egne foreninger jobber derimot ikke for arbeidsgruppene generelt, men ivaretar fagpressens interesser og jobber for heving av fagpressens redaksjonelle og journalistiske nivå.

DNFFs informasjonskontor arrangerer kurs og seminarer, utlyser stipender og formidler rådgivning til redaktører, journalister og markedsfolk i fagpressen. I 1962 da det første store fagpressekurset ble avholdt uttrykte formann Nils Tanderø at ”å utgi fagtidsskrifter må ikke lenger bare være en hobbyvirksomhet, men et yrke som kan læres og utvikles” (Bonde 1998:114). Siden ble det ”raskt oppdaget at det ikke var særlig forskjell på journalistisk arbeid, enten man arbeidet i dagsaviser eller fagblader” (ibid:120). Utsagnene står som en bekreftelse på at en profesjonalisering av fagpressen ble ansett som viktig. Utdanning, foreningsarbeid og innføring av Redaktørplakaten, er alle skritt i fagpressens ønskede retning om å bli godkjent på lik linje med annen presse i Norge. Innføringen av Fagpresseprisen i

1979 kan anses som et ytterligere fokus på profesjonalisering og kvalitetsheving. Formålet med prisen var å heve standarden på fagpressen i Norge, og prisen ble tildelt blader for anerkjennelse av god journalistisk innsats (ibid:142). Utover 80-årene la man stadig mer vekt på bladenes evne til fornyelse og produktutvikling, aktiv og god journalistikk og hvordan de fylte sin funksjon innen de enkelte fagområdene (ibid:144). I 1989 ble første Journalistpris tildelt Marianne Ruud i bladet *Yrke*, med begrunnelsen godt språk og formsans, grundig arbeid og oppsøkende og kildekritisk journalistikk (ibid:147). Fagpressen har således utviklet seg fra publikasjoner med ”et ubehjelpelig språk som selv fagfolkene har vanskelig for å forstå” slik det ble hevdet på et møte i 1960, til mer journalistiske produkter (Bonde 1998:127). I redaksjonene har hoveddelen av fagfolk i tillegg blitt byttet ut med journalister.

Å tilføre utgivere, redaktører, journalister og markedsfolk kunnskap, samt å passe på at bladene jobber etter presseetiske regler, er i dag en viktig oppgave for DNFF overfor deres 223 medlemmer. Foreningen jobber også mot politikere, Storting, regjering, direktorater og Posten, for å legge fagpressens forhold til rette for en enkel og billig publisering. I kampen for fagpressens anerkjennelse fikk foreningen i 1969 vedtatt at bladene ble fritatt å betale merverdiavgift, på lik linje med dagspressen (ibid:80)<sup>8</sup>. At fagblader ikke mottar pressestøtte, har i de siste årene vært en viktig fanesak for DNFF.

Til tross for fagpressens lange organisasjonshistorie, samt fagbladenes profesjonalisering, er imidlertid fagpresse fortsatt et uoversiktlig og omfattende begrep. Et forsøk på å definere hva fagpresse er, kan bidra til en opprydning i dette.

## **2.3 Fagpressen – En definisjon**

I *Små samtaler, små medier* (1993) kommer Sveen med en deskriptiv fagpressedefinisjon som fortsatt er relevant. Denne bygger på innhold og journalistisk kvalitet:

Til fagpresse regnes blader som kommer ut regelmessig minst to ganger i året, uten lokale begrensninger i sitt nedslagsfelt, med et klart definert begrenset stoffområde som redaksjonen gir en selvstendig journalistisk behandling. Det skal være klare grenser mellom reklame/propaganda og redaksjonell tekst. (Sveen, 1993:16).

I definisjonen utelukkes ingen utgivere, men Sveen påpeker at rene kunde- og bedriftsblader faller utenfor ettersom skillet mellom reklame og redaksjonelt innhold er tegnet opp.

---

<sup>8</sup> Fritaket gis aviser og ”tidsskrifter som hovedsakelig omsettes til faste abonnenter eller hovedsakelig deles ut til foreningsmedlemmer og tidsskrifter med overveiende politisk, litterært eller religiøst innhold” (Merverdiavgiftshåndboken 2010).

Generelle tidsskrifter omfattes ikke av definisjonen, da innholdet spenner over flere fagområder. Lokalblader og blader snekret sammen hjemme faller fra, i følge Sveen, fordi førstnevnte har geografiske begrensninger og sistnevnte sjelden kommer ut regelmessig (Sveen 1991:26).

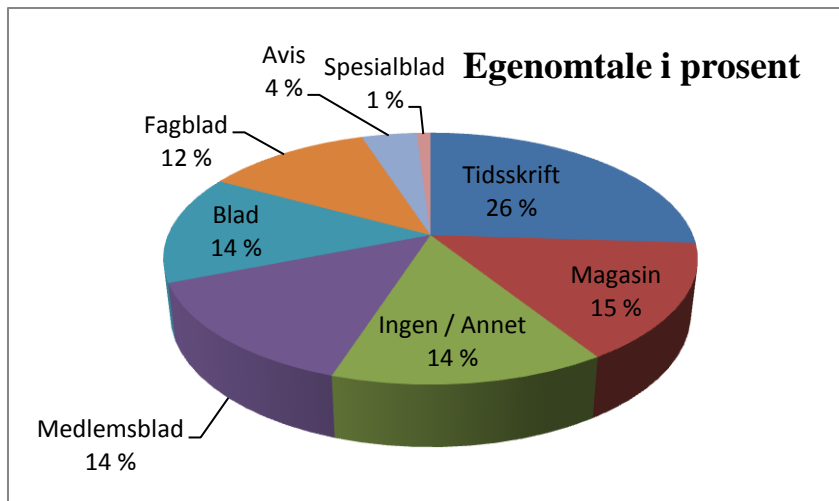
DNFF benytter ingen definisjon av fagpresse på sine hjemmesider, men skisserer vilkår for medlemskap i sine vedtekter: ”Som medlem kan opptas medier som distribueres i Norge og som redigeres i henhold til Redaktørplakaten. Mediene skal ha faglig innhold, rettet mot yrke, næringsgren eller interesseområde” (Fagpressen.no, 09.03.2007). Foreningen vektlegger også at mediet skal ha redaksjonell selvstendighet og redigeres etter øvrige presseetiske regler (ibid). Danske Specialmedier understreker også i sine vedtekter at tekstmaterialet skal gis en selvstendig redaksjonell behandling. De presiserer videre at mediet kan være trykt eller elektronisk, og at det skal ”udgives i Danmark eller udgives i udlandet af danske udgivere, og som i sit indhold er rettet mod et erhverv, en branche eller et fagligt eller emnemæssigt interesseområde” (Danske Specialmedier).

Fagbladenes formålsparagrafer og selvpresentasjon i fagpressekatalogen<sup>9</sup>, kan videre fortelle hvordan bladene velger å fremstille seg som et fagblad. Bladenes ulike beskrivelser understreker at fagpressen er en svært sammensatt gruppe, snarere enn å peke på fellestrekk. Tabell 1 og figur 1 viser at et mindretall av fagbladene faktisk omtaler seg som et fagblad i fagpressekatalogen.

Egenomtale	Antall	Fag som forstavelse
Tidsskrift	58	12
Magasin	33	
Blad	32	
Ingen / Annet	30	
Medlemsblad	31	
Fagblad	26	
Avis	10	1
Spesialblad	3	
	N= 223	

**Tabell 1.** Kun 26 av 223 blader med medlemskap i DNFF kaller seg for fagblad. Et flertall av bladene kaller seg for tidsskrift, 12 av disse kaller seg imidlertid fagtidsskrift. Magasin og blad er de nest mest brukte egenomtalene. Dette kan sies å være en nøytral beskrivelse. I gruppen Ingen/Annet brukte 23 av 30 blader ingen benevnelse i det hele tatt. De syv resterende bladene brukte begrep som organ, forum eller kanal. Nettbaserte fagblader kommer også innunder her. Medlemsblader utgjør en relativt stor del.

<sup>9</sup> Fagpressekatalogen er en oversikt over markedsopplysninger for alle blader med medlemskap i DNFF



**Figur 1.** Kun 12 % av bladene med medlemskap i DNFF omtaler seg som fagblad i fagpressekatalogen. Tidsskriftbenevnelsen utgjør den største gruppen med 26 %.

At et flertall av fagbladene med medlemskap i DNFF omtaler seg som noe annet enn fagblad, kan tyde på at overgangen mellom ulike medier er glidende. Flere blader befinner seg i et skjæringsfelt, hvorav enkelte nærmer seg avisers format og innhold, mens andre nærmer seg ukeblader og tidsskrifter. *Handelsbladet FK* er eksempelvis et fagblad som kaller seg dagligvare- og servicehandelens *avis*. At grensene mellom disse mediene heller ikke er absolutte, bekreftes ved at blader med medlemskap i DNFF, samtidig kan være medlem av Norsk Tidsskriftsforening<sup>10</sup> og Mediebedriftenes Landsforening<sup>11</sup>.

Fagbladenes posisjon i skjæringsfeltet mellom ulike medietyper, kan anses både som fagpressens styrke og svakhet. Der ulike bladtyper gjør fagpressen til en mangesidig og spennende pressegruppe, skaper mangfoldet samtidig en uoversiktlig og vanskelig definerbar gruppe. Fagbladenes bruk av andre benevnelser i fagpressekatalogen, kan antyde et ønske om å nå et større marked, særlig da denne katalogen hovedsakelig er rettet mot annonsører. En oppfatning av fagpressen som uoversiktlig gjør at pressegruppen mangler et skille for hva de er, og hva de ikke er. I det følgende vil jeg derfor spørre; hva er *ikke* fagpresse?

I Norsk Offentlig Utredning 1995:3, om mangfold i media, defineres aviser som ”publikasjoner som utgis regelmessig og minst én gang i uken og som inneholder overveiende allment nyhets- og aktualitetsstoff” (NOU 1995: 3). Fagblader skiller seg fra avismediet fordi

<sup>10</sup> Norsk Tidsskriftsforening er en samarbeidsorganisasjon for politiske, allmennkulturelle og litterære tidsskrift i Norge (Norsk Tidsskriftsforening).

<sup>11</sup> Mediebedriftenes Landsforening (tidligere Norske Avisers Landsforening) er mediebedriftenes bransje- og utgiverorganisasjon. Deres medieområder er avis, ukeblader, TV, radio og nett/mobil (Mediebedriftene.no).

det ikke må komme ut minst én gang i uken, og innholdet trenger ikke ha et allment nyhetspreg. Noen fagblader, som *Dagligvarehandelen*, har for øvrig ukentlige utgivelser og omtaler seg som en ukeavis. Bladet har imidlertid ikke et allment stoff, men fokuserer på nyheter fra dagligvarebransjen. Utredningen definerer ikke fagpressen, men forklarer hva DNFF er. Ut ifra dette antar jeg at utredningen anser fagpressen som blader med medlemskap i denne foreningen. I utredningen inkluderes at en avis må ha en ansvarlig redaktør. Dette er for øvrig fastsatt i Straffeloven § 229, kapittel 43 og omfatter også fagblader og andre publikasjoner (Almindelig borgerlig Straffelov).

Utredningens karakteristikk av ukeblader og ukepresse, er at den ” tradisjonelle ukepressen har preg av å være underholdende, og vanligvis ikke defineres blant de meningsbærende medier ” (NOU 1995:3). Skillet mellom fagpresse og ukepresse fremtrer ved at fagbladene ikke behøver å ha et underholdende preg. Ukepressen har heller ikke fritak fra merverdiavgiften, noe fagpressen har. At ukepressen ikke defineres som meningsbærende medier kan også fremsette et skille.

Denis McQuail har beskrevet fire hovedfunksjoner media kan ha for publikum: Informasjon, personlig identitet, sosialt fellesskap og underholdning (Schwebs og Østbye 2007:194). Et medium kan inneha en kombinasjon av McQuails funksjoner, men i utredningen sorteres mediene etter innholdets karakter, og en grovinndeling danner de to gruppene: 1) underholdende og 2) informasjons eller meningsbærende medier. En blanding av underholdning og informasjon er vanlig i flere medier, men som regel er hovedvekten på ett av de to aspektene (NOU 1995: 3). Tradisjonelt har dagspresse og kringkastning blitt omtalt som meningsbærende medier, men ettersom fagpressen i stor grad vektlegger informasjon, bør disse bladene også karakteriseres som meningsbærende, basert på utredningens bruk av McQuails funksjonsinndeling. I forlengelsen av dette er det imidlertid viktig å presisere at flere fagblader med medlemskap hos DNFF har et klart underholdningspreg.

Tidsskrifter er den siste store gruppen av trykte periodika. Flere fagblader omtaler seg som tidsskrift (se figur1/tabell1), og dette er trolig fagpressens mest nærliggende pressegruppe definisjonsmessig. Norsk Tidsskriftforening opererer med disse kriteriene for medlemskap:

Medlemstidsskrifter kan være utgitt på papir eller andre medier, og må ha et innhold og en form som gjør at det kan leses av et allment publikum. Medlemspublikasjonene må følge Redaktørplakaten. Medlemstidsskriftene må utgis/oppdateres minimum to ganger årlig (Norsk Tidsskriftforening).

Skillet mellom tidsskrifter og fagblader fremkommer ved at sistnevnte ikke må ha et innhold og en form rettet mot et allment publikum. Sveen presiserte i sin definisjon at fagblader skal ha et ”klart definert begrenset stoffområde” (1993:16). Dette kan forme et innhold som ikke er lesbart for alle. Da fagblader ofte er mer dyptgående enn omnibuspressen, vil ”forenklinger” i språk og innhold kunne virke mot sin hensikt og gjøre fagbladene mindre ”faglige”.

Ved å undersøke hva fagpressen ikke er, fremkommer det at forskjellen mellom fagblader, ukeblader, tidsskrifter og, til en viss grad, aviser ikke er omfattende. På bakgrunn av dette kan det fastslås at de trykte periodika i stor grad konkurrerer på samme marked. At medietypene har fellestrekk vises ved at ni av Norsk Tidsskriftforenings medlemsblader også er medlemmer hos DNFF<sup>12</sup>. Hvorfor noen blader velger medlemskap i én, flere eller ingen foreninger kan ikke sies med sikkerhet. At bladene stadig er i forandring, både innholdsmessig og i organisasjonsstruktur, gjør imidlertid at forandrede profiler og hensikter kan vekke nye eller andre behov. At blader melder seg ut og inn av DNFF, er et tegn på bladenes foranderlighet. De kriteriene som likevel *er* gjennomgående for fagpressen, er kravet om selvstendig redaksjonell behandling, redigering etter presseetiske regler, at fagblader skal utkomme regelmessig, samt ha et klart definert stoffområde. Ut ifra overstående definisjon, kriterier og vedtekter foreslår jeg dermed følgende definisjon for fagpressen<sup>13</sup>:

*Fagpresse er meningsbærende medier i trykt eller elektronisk form. Mediet skal utgis/oppdateres regelmessig, minst to ganger i året. Mediet må i prinsippet være riksdekkende og ha et klart definert stoffområde, med faglig innhold rettet mot yrke, næringsgren eller interesseområde. Tekstmaterialet skal gis en selvstendig journalistisk og redaksjonell behandling. Det skal være klare skiller mellom reklame/propaganda og redaksjonell tekst. Mediet skal redigeres etter Redaktørplakaten, Vær Varsom-plakaten og Tekstreklameplakaten.*

Denne definisjonen inkluderer elektroniske fagblader. *Frifagbevegelse.no* og *seniorpolitikk.no* er eksempler på slike nettbaserte fagblader med medlemskap i DNFF. I øvrige fagbladredaksjoner blir nettsider brukt i kombinasjon med det trykte bladet, for en tettere

---

<sup>12</sup> *Apollon, Arkitektur N, Bibliotekforum, Bok og bibliotek, Den norske tannlege forenings tidende, Drama, Norsk læreren, Tidsskrift for den norske legeforening* og *Verdensmagasinet X* er medlemmer hos tidsskriftforeningen og DNFF.

<sup>13</sup> Fagpresse er for øvrig fellesbetegnelsen for en pressegruppe bestående av ulike fagblader. En definisjon av fagpressen vil derfor innebefatte betydningen av fagblad.



leserdialog, og for å publisere nyheter mellom bladutgivelsene. Nettsidene inneholder ofte stoff som eldes fort, eller opptar mye plass. I tillegg tilgjengeliggjør flere redaksjoner det trykte fagbladet på sine nettsider med mulighet for nedlastning. Slik fungerer nettsidene i enkelte tilfeller som fullstendige fagblader, andre ganger som supplement til eksisterende blad.

Sveen påpeker at politiske, religiøse og andre livssynsblader faller utenfor hennes definisjon. Dette fordi grensene mellom propaganda og redaksjonell tekst ofte er uklar i disse bladene, og at bladene omhandler generelle områder sett med sine ”livssynsbriller” (Sveen 1991:26). Med propaganda menes arbeid for å utbre en mening, lære eller idé (Berulfsen og Gundersen, 2004). I moderne språkforståelse kan man si at propaganda er ensidig fremstilling av informasjon, gjerne for å overbevise leseren i én retning. En slik ensidig fremstilling bør ikke finne sted i fagpressen, da bladene er journalistiske produkter. Politiske blader som eksempelvis partiaviser, religiøse blader som forkynnende ”menighetsblader”, samt rene informasjonsskriv faller derfor utenfor min definisjon. Slike blader har heller ikke medlemskap i DNFF. Men det finnes gråsoner. Flere av DNFFs medlemsblader utgis eksempelvis av trossamfunn. Her er det imidlertid avgjørende at fagbladene er journalistiske produkter, redigert etter Redaktørplakaten og øvrige presseetiske regler.

Norsk Kulturråd vektlegger i sine kriterier for støtte til periodiske publikasjoner, at distribusjon og nedslagsfelt i prinsippet må være riksdekkende (Norsk Kulturråd, 2010). Dette inkluderer jeg i egen definisjon, i likhet med Sveens krav om at fagbladene ikke skal ha et lokalt nedslagsfelt. Fagpressens funksjon har blitt sammenlignet med den man forventer en lokalavis skal ha for sitt miljø (Tannæs 1995:8). Et fagblad skal for øvrig ha faglige, og ikke geografiske nedslagsfelt. Noen blader med medlemskap hos DNFF viker fra dette prinsippet. Eksempler på dette er *Bedriftsidretten i Oslo*, samt *Landbrukstidende* som hovedsakelig er for bønder i Møre og Romsdal, Trøndelag og de nordnorske fylkene. Disse bladene har en geografisk begrensning, fordi deres stoffområde er tilknyttet lokale interesser. Slik forblir de eksempler på at ikke alle blader helt kan tilpasses én definisjon. Man kan for øvrig abonnere på disse bladene, selv om man ikke er i den geografiske målgruppen. De lokale begrensningene skal først og fremst utelukke velaviser og blader fra små lokallag.

Et videre utgangspunkt i DNFFs medlemsblader betyr ikke at jeg kun anser deres medlemmer som fagblader. Alle blader som kommer inn under min definisjon, er med rette et fagblad. I

denne oppgaven foretar jeg imidlertid en avgrensning, og fokuserer på blader med medlemskap hos DNFF. Foreningen inkluderer svært ulike blader, og noen av deres medlemsblader befinner seg i ytterkanten av min definisjon. Wasberg påpeker også at DNFF har foretatt få reservasjoner overfor sin medlemsmasse og har vært liberale med hvilke blader som har blitt opptatt (1998:294). Jeg utelukker allikevel ingen av DNFFs medlemsblader i denne sammenheng.

## **2.4 Fagpressen i forhold til andre medier**

Samlet sett er fagpressen en stor pressegruppe, men hver for seg har bladene ofte små nedslagsfelt. Forskjeller i interessesfærer, målgrupper, funksjoner og opplag gjør pressegruppens forskjeller mer slående enn dens likheter. Fagbladet *Motors* opplag på over 400 000 står i kontrast til *TS-Kvartens* opplag på 400. Mens *Motor* henvender seg til en bred målgruppe med særlig interesse for bilhold, henvender *TS-Kvarten* seg i hovedsak mot mennesker med Tuberøs Sklerose. Tross disse forskjellene retter begge bladene seg mot bestemte grupper i samfunnet, innen et definert saksområde. Dette gjør bladene til nisjemedier, i motsetning til omnibuspressen. Uttrykket nisjemedier benyttes hovedsakelig på medier som retter seg mot en definert målgruppe, mens det latinske ordet omnibus betyr ”for alle”(Wangensteen 2005). Fjernsyn, radio, dags- og ukepresse er eksempler på omnibusmedier. De er også de største massemediene i Norge, men det er ingen nødvendighet å være omnibuspresse for å være et massemedium. Massemedier kan defineres som ”dei organisasjonane og den teknologien som produserer og spreier budskapar slik at store grupper mottakarar tar imot den same budskapen på tilnærma same tid” (Schwebs og Østbye, 2007:18). Fagpressen har en slik teknologi, og kan spre sitt budskap til store grupper, selv om mottakergruppenes størrelser varierer. Ettersom fagbladene utgis til deler av befolkningen, kan de kalles perifere massemedier, mens radio, fjernsyn og dagspresse, som daglig når ut til store deler av befolkningen, danner basismassemediene (ibid:19).

Nisjeprodukter finnes også innen omnibuspressen. En rekke fjernsynskanaler, som TV2s nyhets-, sports-, og filmkanal, er eksempelvis rettet mot bestemte målgrupper.

Spesialiseringen gir seerne mulighet til å se mer av det de er interessert i, oftere. Flere aviser har også utviklet ukemagasiner, i tillegg til dagsutgaven. *Dagbladet* utgir eksempelvis *Magasinet*, *Dagens Næringsliv* utgir *D2* og *Aftenposten* utgir *A-magasinet* samt *Innsikt* som kommer en gang i måneden. I disse magasinene har redaksjonene lengre publiseringstid og dermed mulighet til å fordype seg i ulike temaer. Målet med *Innsikt* er å gi et ”effektivt

overblikk og større dypdykk enn det en hektisk mediehverdag tillater. En månedlig utgivelsesfrekvens skal gi rom for større fordypning og mer tid til lesingen”(Aftenposten *Innsikt*). Magasinene er imidlertid omnibuspresse og ikke nisjepresse, fordi stoffområdet ikke er begrenset. Satsningen på nisjelignende produkter kan allikevel peke på to forhold innen dagens journalistikk. For det første står nisjeproduktene ofte som en motvekt til tabloidiseringen, her i betydningen sensasjonspressen som beundrer makt, men samtidig kritiserer makthaverne (Roksvold 1997:92) For det andre viser satsningen på nisjeprodukter dagspressens behov for å publisere mer ”varig” journalistikk, i en tid da nettavisene har overtatt hovedfunksjonen som den oppdaterte nyhetsformidler. Økt fritid og bedre råd er også med på å skape en etterspørsel og et grunnlag for nisjepressen.

Papiravisenes daglige nyhetsoppdatering er ikke rask nok, når nettavisene oppdateres fra minutt til minutt. Dette fører til endringer i papiravisens funksjon og journalistikk. Stillingen i en fotballkamp kan for eksempel oppdateres kontinuerlig i en nettavis, mens resultatet utgjør en mindre del av en trykt avisartikkel. Fotballfans får med seg resultatet før de kjøper avisen, og må derfor tilbys en ny og annerledes vinkling. Fokus på en skadet spiller eller en treners uttalelser etter kampslutt kan være løsningen. Slik kan nyheten nå papiravisen dagen etter, men da som regel omformulert til en helt ny tekst av papirjournalisten (Hågvar 2007:195). Uansett blir avisene fort utdaterte ettersom de trykker dagsaktuelle hendelser. Fagbladmediet har imidlertid relativt lang levetid, og kan leses lenge etter utgivelse. Undersøkelser gjennomført av bladene selv peker på at flere lesere oppbevarer bladet i lang tid. *Pensjonisten* oppgir eksempelvis at 57 % av leserne samler på bladet (Fagpressekatalogen). Den lange levetiden gjelder nødvendigvis ikke i like stor grad for fagblader som nærmer seg avissjangeren, med hyppige utgivelser og aktuelle nyheter. *Handelsbladet FK* er eksempelvis et fagblad som utkommer en gang i uken, med fokus på å være et nyhetsorgan. I forhold til månedsfagbladene har *Handelsbladet FK* en unik mulighet til å komme med nyheter, men i forhold til dagspressen er ikke deres ukenyheter like ferske. Daglig oppdaterte nettnyheter og nyhetsbrev per e-post veier opp for dette (Knudsen, 22.03.2010).

Fagpressen har, som annen trykt presse, lenge hatt et fortrinn overfor etermedier fordi sistnevnte kun kunne konsumeres i øyeblikket de ble sendt. Digitalisering av etermediene har imidlertid gitt radio og fjernsyn lengre levetid, fordi program tas opp, lastes ned og lagres. Samtidig kan fjernsyn og radio sees og høres hvor man vil, ved hjelp av blant annet Internett og mobiltelefoner. Ny teknologi fratar slik fagbladenes fortrinn ved å kunne leses hvor og når

som helst. Digitaliseringen tilgjengeliggjør forøvrig flere fagblader på nett, hvor de kan benytte seg av virkemidler som lyd og video, tidligere forbeholdt etermediene.

Bruksmønstrene er derfor i endring, og forskjellen på hvor, når og hvordan man kan benytte seg av etermedier og trykt presse viskes ut.

Schantz påpeker at når en leser aktivt melder seg inn i en klubb eller tegner et abonnement, er dette på grunnlag av en vedvarende interesse. Ettersom få fagblader finnes i kioskhyllen, er de sjelden et resultat av impuls kjøp. Et fagblad trenger derfor ikke, som dagsaviser og ukeblader, å fange leserens oppmerksomhet i butikken. Til gjengjeld skal de ramme leserens interesser presist nok til at man vil betale langsiktig for bladet (Schantz 2001:38). Ettersom fagbladene har forskjellige stoffområder og målgrupper, er forskjellen mellom fagbladene større enn forskjellen mellom dagsavisene. Shantz påpeker derfor at fagbladene ikke konkurrerer med hverandre. De konkurrerer med andre medier om lesernes tid og oppmerksomhet (ibid). Av disse konkurrerende mediene, er det interessant å sammenligne fagpressen med dagspressen. Avisene har en sterk posisjon som trykt presse, og på grunnlag av dette har nyhetsjournalistikken vært gjenstand for forskning og analyser denne oppgaven vil ta et teoretisk utgangspunkt i.

Det mest iøynefallende skillet mellom dagspresse og fagpresse, er skillet mellom forstavelen dag og fag. Der avisene formidler dagens nyheter, fordypes fagbladene seg i faget. Spesielt interesserte innen et område kan dermed søke utfyllende informasjon i et fagblad, der dagsavisene kun skummer fløten. Den utfyllende informasjonen er imidlertid ikke tilgjengelig for alle. Sveen setter opp noen begrensninger fagblader har i forhold til publikum. Få finnes i løssalg, og de fleste er tilknyttet medlemskap i en forening. Selv om det stort sett er mulig å abonnere uten å være medlem, er det ofte få som kjenner til bladets eksistens utenfor den umiddelbare målgruppe (Sveen 1993:76). I tillegg forutsettes det ofte at fagbladleserne har ekstraordinær interesse, spesialkunnskap eller en spesialutdanning på området. Disse begrensninger varierer i forhold til fagbladets område og størrelse. Jo snevrere et område er, jo mer inngående blir detaljer og språk. Et blad som *Skolepsykologi* kan for eksempel benytte seg av faguttrykk lekfolk har vanskelig med å forstå. Et fagblad som søker en bredere målgruppe, som *Motor* vil derimot inneholde mer tilgjengelig stoff.

Der fagbladene ofte retter seg mot én gruppe, må avisene forholde seg til flere samfunnsgrupper. Fagbladet *Bonde og Småbruker* kan for eksempel snakke til bønder på

bønders vis, og redaksjon og utgiver forutsetter at leserne har god kunnskap på området. Dersom en sak om norsk landbruk presenteres i en avis, må den derimot vinkles allment interessant, med språk og detaljer på et generelt nivå. For bøndenes del kan denne fremstillingen bli for lettfattelig, og de søker *Bonde og Småbruker* for inngående kunnskap. Slik kan fagbladet virke samlende og bygge felles referanserammer. Få fagblader har imidlertid en homogen målgruppe, og må ta hensyn til dette i sin henvendelsesform. Også i de forholdsvis homogene målgruppene vil ikke samtlige fagbladartikler kunne appellere til alle leserne. Gjennom profesjonaliseringen av fagpressen har imidlertid flere fagblad blitt journalistiske produkter. Fagbladlesere har interesser også utenom bladet, noe som gjør at man gjerne henvender seg til målgruppen i kraft av andre egenskaper enn eksempelvis deres yrke eller hobby. Samtidig ønsker flere fagblader å nå en større lesergruppe enn primærmålgruppen. *Sykepleien* er et fagblad som har skjønt at sykepleiere også har familie:

Vi retter oss mot sykepleiere, men sykepleiere er mennesker. Dermed er det en del allmenne journalistiske grep vi må bruke for å nå dem, og da er tanken at vi vil nå andre også. Bladet leses av 205 000, mens det er 90 000 sykepleiere, så det går til mange andre. Det blir lest på arbeidsplasser og av ektefeller. (Tholens, 05.03.2010).

Det må også nevnes at tross avisenes sammensatte målgrupper, rettes artiklene mot et norsk publikum, hva dette måtte innebære av virkelighetsoppfatninger, normer og syn på hva som utgjør den gode sak. Bildet på aviser som en allmenn nyhetskanal må derfor nyanseres, da det finnes store forskjeller i modellesere fra artikkel til artikkel og i målgrupper fra avis til avis.

## **2.5 Fagpressen i samspill med andre medier**

Ettersom det enkelte fagblad dekker bestemte områder, og retter seg mot gitte målgrupper, når de ikke like mange som omnibuspressen. Dette kan bidra til at fagbladene i det totale mediebildet ikke har en like sterk posisjon og gjennomslagskraft som andre medier.

Begrunnelsen for opprettelsen av et fagblad kan være å få frem *sine* saker og *sine* vinklinger. Mange blader gis ut av organisasjoner som har vanskelig med å få en videre oppmerksomhet i nyhetsmediene, men dette trenger ikke bety at de er uten betydning eller makt (Sveen, 1993:70). Schwebs og Østbye trekker frem *Tidsskrift for Den norske legeforening* som et eksempel på et viktig blad i offentlige debatter og prioriteringer: "Bladet har eit opplag på litt over 20 000, men har truleg større gjennomslag i den helsepolitiske debatten enn ei avis med ti gonger så stort opplag" (2007:78). Rune Ottosen fremhever også, i sitt foredrag "Fagpressen som kilde i nyhetsjournalistikken" (2005), at fagblader kan fungere som premissleverandører i den politiske debatt (Ottosen 2005:4). I foredraget vektlegges det at

fagpressens allsidige innhold, gjør bladene til en viktig kilde for journalister innen et gitt tema. I *Fagpressen i den journalistiske fødekæde* understreker Lund fagpressens viktige bidrag i det totale mediebildet. Lund opplyser at på årsbasis stammer 9000 danske nyhetsinnlag fra fagpressen. Dette er, i følge Lund, historier som ”næppe uten fagpressens mellomkomst ville være blevet journalistisk formidlet” (2005:6). Lund legger imidlertid til at dette tallet kun er toppen av isfjellet, da flere fagbladhistorier lånes og stjeles uten klare kildehenvisninger (ibid).

Ottosen påpeker i sitt foredrag ulike måter fagpressen benyttes som kilde i nyhetsbildet; som trendsetter og opphav til nye sjangere og programformat; med avsløringsjournalistikk i avtalt samarbeid med andre nyhetsmedier; som direkte kilde til nyhet i andre medier, og som inspirator til videre oppfølging i nyhetsjournalistikken (Ottosen 2005:3). At fagpressen kan fungere som trendsetter, eksemplifiserer Ottosen med bladet *Forbruker-rapporten* og deres kritiske forbrukerjournalistikk (2005:4). Bladet utgis av Forbrukerrådet som ble opprettet i 1953. Forbrukerrådets funn ble først beskrevet i rapporter og tilsendt medier og interesserte forbrukere, men i 1957 ble rapportene innlemmet i fagbladet *Forbruker-rapporten*. Bladet ble opprettet fordi media ikke turte å trykke rapportenes kritiske forbrukerjournalistikk (Oppedal, 2010). I etterkant har andre medier, som NRKs *FBI* og de fleste aviser, med sine tester og guider, omfavnet denne type journalistikk, og Ottosen mener *Forbruker-rapporten* utvilsomt har bidratt til å utvikle forbrukerjournalistikken (2005:5). Nyhetsmedienes adaptasjon og hyppige bruk av journalistikken har videre bidratt til at Forbrukerrådet ikke lenger ser behov for å utgi eget fagblad<sup>14</sup>. *Forbruker-rapporten* var imidlertid statlig eid og ikke avhengig av annonseinntekter. I dag tester flere annonsedrevne fagblader ulike produkter etter *Forbruker-rapportens* mal. Deres uavhengighet forutsetter at de ikke bryter Tekstreklameplakaten (se kapittel 3.1.1 for beskrivelse av denne plakaten).

Når fagpressen er direkte kilde til nyheter i andre medier, utgjør bladet i seg selv en nyhetssak (Ottosen, 2005:6). Et eksempel på dette fant sted høsten 2009 da VG publiserte et dobbeltsidig oppslag om *Norsk Shakespeare- og teatertidsskrift (NSTT)*<sup>15</sup>. Grunnlaget for artikkelen var

---

<sup>14</sup> Siste utgivelse av *Forbruker-rapporten* kom 15. februar 2010. Forbrukerrådet vil fortsatt ha hjemmesider som publiserer stoff lignende det man fant i bladet, men tanken er ikke å flytte bladet over til nettsidene (Oppedal, 2010)

<sup>15</sup> *Norsk Shakespeare- og teatertidsskrift* er ikke medlem av DNFF, men av Tidsskriftforeningen. De omtales allikevel som et fagblad i denne sammenheng. Dette fordi bladet kommer innunder min fagpressedefinisjon, med et klart definert stoffområde, rettet inn mot et interesseområde. Titlene fagblad og tidsskrift utelukker ikke automatisk hverandre.

Oslo Nyes teatersjef Svein Sturla Hungenes utsagn om at han ikke lenger leste bladet fordi anmeldelsene ikke var representative for hans teateropplevelser. Et skeptisk blikk rettes mot redaktør Therese Bjørneboe som også jobbet som teateranmelder i avisen *Klassekampen*, nå som hovedteateranmelder i *Aftenposten*. Hun kritiseres i starten for sine mange hatter innen norsk teateroffentlighet, men etter hvert dreier saken seg om bladets innhold. Til slutt spør VG fem personligheter innen norsk teaterliv om deres syn på bladet. Alle fem stiller seg positive (VG, 21.09.2009). Eksempelen viser hvordan konflikt rundt et blad kan anses som en nyhet. NRK følger også opp saken hvor Kai Johnsen, medlem av redaksjonsrådet, og Julie Løddestøl, journalist og teaterviter, debatterer ”hvorfor skal absolutt alt være for alle her i landet?” (NRK *Kulturnytt* 22.09.2010). Debatten konkluderer med at man trenger et tidsskrift for refleksjon, i motsetning til nyhetsmedienes overfladiske behandling av det institusjonelle mainstreamteateret. Etter min mening led ikke *NSTT* under kritikken fra Hungenes, men fikk en sjelden og verdsatt omtale i landets største medier.

Fagbladene kan også selv sende saker til nyhetsmediene i håp om bredere publisitet. Deadlines og nedbemanninger er medvirkende faktorer til at dagspressens journalister ofte har behov for tips og tilrettelagt informasjon. Fagbladene, som ”eksperter” på et område, kan da være behjelpelige med nyttig informasjon. Dette har også ført til at fagbladnyheter brukes som ikke oppgitt kilde eller inspirator til videre oppfølging i nyhetsjournalistikken (Ottosen 2005:8). *Hus & Bolig* opplevde manglende kreditering da *Fædrelandsvennen* trykket deres tekst ”Beis – Solkrem for terrassen” med identisk tittel og brødtekst uten å sitere bladet. *Hus & Bolig* trakk PFU-klagen da avisen senere beklaget hendelsen på trykk (fagpressen.no, 21.10.2009). Flere fagblader har erfart at nyhetsmedier har benyttet seg av deres saker uten å oppgi fagbladet som kilde, ved å sitere bladet langt nede i teksten, eller gå direkte til kildene fagbladet har brukt.<sup>16</sup> Slik har fagbladene en relativt stor, men samtidig usynlig innflytelse på mediehverdagen. Innflytelse og idénasking kan imidlertid gå begge veier, og flere fagblader påvirkes og låner fra andre mediers trender og nyheter.

I en undersøkelse utført av DNFF, om hvordan fagpressen gjenbrukes i annen presse svarte nesten 80 % at de hadde opplevd å bli sitert. ¾ av bladene syntes det var viktig å bli sitert, men nærmere 70 % hadde ikke utarbeidet strategier for å bli sitert eller inngått avtaler med andre medier (Nyman, 2009). Forskjellen på dem som ønsker å bli sitert og hvem som gjør

---

<sup>16</sup> Meninger som fremkom på halvdagsseminaret ”Sitert og vellykket – eller god nok på egen kjøp?” Arrangert av Fagpressen og Oslo Journalistklubb 02.12.09

noe med det, er altså stor. Mye av ansvaret for publisitet ligger således på bladene selv. *Apértif* og *Dine Penger* er eksempler på fagblader som har inngått avtaler med nyhetsmedier for større publisitet. I dag eies *Dine Penger* av VG, men en tidligere avtale gikk ut på at *Dine Penger* brakte innhold til VGnett som sistnevnte ikke hadde ressurser eller kompetanse til å lage. VGnett frontet deretter sakene på et fritt og redaksjonelt grunnlag. Hvis innholdet i *Dine Penger* var godt nok, økte nettrafikken og dermed annonseinntektene. Slik ble den totale økonomiske gevinsten større enn om de skulle drevet hver for seg (Staaui, 2010). Blader som ønsker publisitet rundt det de anser som en viktig sak, opplever også at deres nisjer ikke alltid ofres spalteplass i nyhetsmediene. Redaktør i *Tenner & Helse*, Vidar Ertzeid, uttrykker et hjertesukk for nyhetsmedienes fraværende omtale av kvikksølvforbud på lederplass; ”selv sendte jeg flere pressemeldinger til de største avisene i våre største byer uten å få verken svar eller spalteplass” (*Tenner og Helse* nr. 2/2008). Ertzeid mente ”det burde blinke noen røde lys” hos landets redaksjoner ved innføringen av dette forbudet. At dagspressen ikke tok tak i denne saken kan indikere at en fagbladnyhet ikke alltid regnes som en nyhet hos avisene.

Fagpressen skiller seg fra andre medier ved å ha kort avstand til leserne, en spesialisert profil og et avgrenset journalistisk fokus (Schantz 2002:35). Selv om fagpressen kan være anonym utenfor sin målgruppe, kan egen markedsføring og samspill med andre medier gi enkeltsaker et større oppslag. Hvordan fagpressen bruker og brukes av annen presse, særlig dagspressen, er med på å sette bladene inn i en større mediekontekst. Om dette forholdet påvirker fagbladenes journalistikk, særlig den kritiske journalistikk vil berøres i analysen.

## **2.6 Fremtidens fagpresse**

I *Fagpressen – fremtidens massemedie* (1980) konkluderer Sørensen at det er grunn til optimisme ved inngangen til 80-årene (1980:99). Selv med massemedienes tilbakegang på grunnlag av den økonomiske krisen og konkurransen med nye teknologiske utviklinger, har fagpressen utviklet seg positivt:

[Man har i 70-årene] oplevet en positiv udvikling for fagpressen, med en stadig produktudvikling, både redaktionelt, teknisk og annoncemæssigt, og med en god oplagsudvikling for de fagblade og tidsskrifter, der har formået at følge med tiden og udviklingen (ibid).

Disse danske forholdene kan overføres til norske, men mer interessant; også til dagens situasjon. Tidlig i det 21. århundret har medie verden igjen økonomiske problemer og en ny teknologisk virkelighet. De største dagsavisene sliter med opplagfall og flere mediehus som



TV2 og *Dagbladet*, har gjennomført kraftige nedbemanninger. Senest 21.januar 2010 valgte *Dagbladets* redaktør Anne Aasheim å forlate sin stilling grunnet opplagsfall. Fagpressen har imidlertid opplevd det motsatte og økte med 0,3 prosentpoeng fra 2008 til 2009 (*Fagpressenyt.no*, 11.02.2010). Fra 2005 til 2009 har de ni største bladene i DNFF økt med et samlet opplag på 125 842 (se vedlegg 3). Dette til forskjell fra Norges ni største aviser, hvor det samlede opplaget minket med 187 237 i samme tidsperiode (Medienorge). Også i 2007 økte fagpressen, da med 0,4 prosent, noe DNFFs direktør Hansen begrunnet med bedre annonsesamkjøring, profesjonalisering og kvalitetsheving, mer kanalbevissthet og befolkningens økende sult etter fagstoff og målrettet redaksjonelt innhold (Hansen, 2007).

I lys av Aasheims avgang vises det til at *Dagbladet*, for å overleve, må finne en tydelig profil (NRK *Dagsnytt atten*, 21.01.2010). For fagpressen vil imidlertid en rik fremtid i kraft av sterke profiler som nisjepresse nødvendigvis ikke være nok. Nye teknologiske utviklinger kan gjøre det viktig å benytte flere plattformer enn bare det trykte blad, for å holde på og rekruttere nye lesere. I *Fagpressens flermediale fremtid* (Jacobsen 2005) undersøkes konsekvenser og muligheter fagpressen møter i den flermediale utviklingen. Hovedvekten av rapporten er lagt på samspillet mellom det trykte blad, Internett og elektroniske nyhetsbrev (2005:3). I dag er flere fagblad tilknyttet gode nettsider og mange benytter nyhetsbrev. En slik konvergens, hvor det oppstår et samspill og en sammensmelting mellom ulike medietyper stiller krav til journalistene om å beherske flere verktøy enn pennen. Mark Deuze (2010) forstår konvergens som to avhengige trender. En sammensmelting av medieindustrien og en sammensmelting av medias produksjon og konsumpsjon (Deuze 2010:267). *Apéritif* og *Dine Pengers* samarbeid med VG er et eksempel på samarbeid innen medieindustrien, mens sammensmeltingen av medias produksjon og konsumpsjon, vil si bruk av flere, ulike plattformer.

Fagbladene kommer hyppigst ut en gang i uken, noen så sjelden som to ganger i året. En jevnlig oppdatert nettside kan derfor fungere substituerende. De ulike mediekanalene har imidlertid formidlingsmessige forskjeller. Jacobsen mener derfor det er ingen noen god idé å ”copy-paste artikler fra den ene kanalen til den anden” (2005:13). Det trykte blad bør, i følge Jacobsen, trekke opp perspektiver og konsekvenser i en kaotisk mediehverdag, skape orden og samling, samt være en plattform hvor hele målgruppen får forankring og fortolkning (ibid:30). Nettsidene kan tilby kjappe nyheter og medlemsdetaljer en ikke får plass til i bladet. For at leserne aktivt skal benytte nettsidene i fremtiden bør det imidlertid tilbys kvalitet også

på innholdssiden. Nettsidene kan vise bredde ved å oppta saker det ikke er plass til i bladet, eller tilby flere søkbare detaljer. Forflyttes abonnementet til nettet og leserne tilbys noe eksklusivt, kan dette kanskje åpne for en villighet til å betale for tjenesten, og den journalistiske kvaliteten kan bevares. En mulig elektronisk abonnementsform på artikler på tvers av ulike fagblader, krever et stort samarbeid mellom de ulike fagbladene, men kan samtidig åpne for nye muligheter.

For at fagblader skal virke samlende og ha kort avstand til sine lesere, bør bladene møte sine målgrupper der de er. En satsning på nettsider eller sosiale medier, kan skape samhold på nye plattformer. Samtidig får leserne et større spillerom til å uttrykke egne meninger, ettersom terskelen for å kommentere en artikkel er lavere i en Facebookgruppe enn i et fagblad. Har redaksjonen et våkent øye i denne gruppen, og svarer på innlegg, vil de få en ny og mer effektiv kommunikasjon med sine lesere. Slik blir leserne lettere sett og hørt, og bladenes ofte uttalte formålsskrav om å være et debattforum, kan lettere fylles. Hos fagbladet *Pensjonisten*, er nok en mindre del aktive på Twitter og Facebook i dag, men fremtidens pensjonister vil ha en annen innfallsvinkel til bruk av slike medier. Ved å benytte ulike plattformer kan man kanskje også gripe de unge leserne. Det er imidlertid forskjeller i fagbladenes karakter. Noen blader er opptatt av god dialog med sine lesere, mens andre trykker lengre fagartikler. Sistnevnte tjener ingenting på å flytte det faglige til Facebook, men åpner man for flere stemmer, kan dette skape debatt rundt de trykte artiklene. At leserne nå utvikler sin rolle til også å fungere som journalister og redaktører på egne nettsider, blogger og brukerprofiler, kan føre til at man krever å bli hørt på en annen måte. "Citizen journalism" har åpnet for at lesere svarer, kommenterer og skriver egne nyheter på blant annet avisenes nettsider (Deuze, 2010:268). Mediene er ikke lenger så opphøyde og leserne har inntatt en omvendt vakthundrolle – de overvåker mediene. Å se på leserne som deltagere fremfor konsumenter, kan bli viktig dersom fagpressen ønsker å etablere seg på nye plattformer.

Man overlever ikke på sikt dersom man ikke tar til seg og benytter mulighetene som samspill med nye plattformer kan gi. Om leserne forflytter seg til andre kanaler, bør fagpressen flytte etter. Er man våken nok vil man kunne ta dette skrittet før sine lesere, slik at de ikke faller av i ventetiden. I det videre er det imidlertid fagbladenes trykte form og den kritiske journalistikken produsert her jeg vil se nærmere på.

### 3. Teoretiske perspektiver

---

Det foreligger ingen entydig definisjon av begrepet *kritisk journalistikk*. Begrepet har blitt ilagt en rekke betydninger, som en journalistisk holdning (Morlandstø, 2002), som kritiske tilnærminger<sup>17</sup> (Ekström og Nohrstedt, 1996) og som en målestokk for kritiske uttalelser i nyhetsartikler (Benson, 2010). Kildekritikk, uavhengighet og undersøkende journalistikk sidestilles også ofte med begrepet, gjerne i de sammensatte termene ”kritisk og uavhengig journalistikk”, og ”kritisk og undersøkende journalistikk”. Begrepet benyttes også som et honnørord, hvorav den kritiske journalistikk på mange måter representerer et journalistisk ideal. Idealet utgjør imidlertid ikke alltid realiteten. En viktig distinksjon ved begrepet kritisk journalistikk er derfor forholdet mellom ideal og praksis.

I dette kapittelet vil jeg derfor undersøke hva som ligger til grunn for den kritiske journalistikkens ideal, samtidig som jeg undersøker hvorfor idealet ikke alltid oppfylles. Istedenfor å begrepsfeste kritisk journalistikk vil jeg tilnærme meg en forståelse av den kritiske journalistikken, ved å se på den normative og ideelle journalistikk, målt opp mot den deskriptive og reelle journalistikk. Mitt fokus er avgrenset til redaksjonenes roller og metoder. Ettersom det finnes lite forskning på fagpressens journalistikk, vil mitt utgangspunkt hovedsakelig være nyhetsjournalistikken og dens påvirkningsfaktorer, hvilket vil ha sine begrensninger. Avslutningsvis presenterer jeg derfor begrepet stakeholder media (interessent media), som en alternativ tilnærming til fagpressejournalistikken.

#### 3.1 Pressefrihetens betydning og journalistikkens legitimitet

I Grunnloven § 100 står det at ytringsfrihet bør finne sted, og at Statens myndigheter må legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale (Grunnloven § 100).

Ytringsfriheten er altså ett av de viktigste prinsipper i et demokrati, og mediesystemet karakteriseres i Ytringsfrihetskommisjonen som en av de viktigste institusjonene i det offentlige rom (Allern, 2004:144). Slik henter journalistikken sin offentlige legitimitet i et demokratiideal, hvor borgerne skal opplyses for å fatte demokratiske valg (Eide 2001:26). Med denne demokratiforståelsen til grunn har pressen en rolle som beskytter av ytringsfriheten og demokratiet. ”Samfunnets vakthund” eller ”den fjerde statsmakt” er etablerte metaforer som underbygger pressens overvåkende funksjon på vegne av borgerne. At stat, eiere eller annonsører ikke kan legge seg opp i redaksjonelle vurderinger betraktes

---

<sup>17</sup> Oversatt fra svenske ”kritiska förhållningssätt”

som en forutsetning for at journalistikken skal kunne utføre denne kritiske offentlighetsfunksjonen. Dette inngår også som ett av prinsippene for ytringsfriheten (Gripsrud, 2002:295).

Journalistikkens sterke posisjon i samfunnet har også tilknytning til dens legitimitet som en sannhetsformidler. Brian McNair påpeker i *The Sociology of Journalism* (1998) at kvaliteter som sannhet og nøyaktighet brukes for å legitimere det journalistiske feltet, og at journalistikken ønsker å bli akseptert som en formidler av sannheten (McNair, 1998:5). McNair definerer derfor det journalistiske produkt som en forfattet tekst, som hevder å være en *sann* påstand eller ytring (ibid:4).

Forventningene rundt det journalistiske ideal er rettet mot pressens samfunnsoppdrag, som en formidler av fakta, samtidig som pressen har en kontrollerende funksjon på folkets vegne. Disse forventningene er da også i stor grad nedfelt i journalistikkens egne normer og regler. I følge Lisbeth Morlandstø i *Journalistikk – en kritisk virksomhet?* (2002), er pressens rolle som beskytter av ytringsfriheten og demokratiet selvpålagt, hvorav Vær Varsom-plakaten er med på å uttrykke pressens maktovervåkende funksjon, men samtidig ivareta rollen som arena for fri meningsutveksling (2002:2). Pressens kontrollerende og overvåkende funksjon er med andre ord ikke bare et demokratiideal, men også et journalistisk ideal.

Dette betyr også at journalistikken er profesjonell, fri og uavhengig av oppdragsgivere utenfor mediene. En slik utvikling går i retning av en journalistisk idealtipe, for eksempel gjennom felles etiske retningslinjer og utdanning (Allern 2001:19). Et journalistisk yrkesideal, som fri og uavhengig, vektlegger pressens samfunnsoppdrag, hvor den anser det som sin oppgave å avdekke kritikkverdige forhold i rollen som samfunnets ”vakthund” eller ”fjerde statsmakt”. Allern påpeker at ”å rette kritisk søkelys mot skjulte maktforhold, misforhold og korrupsjon er et etisk imperativ som har betydd mye for journalister som har hatt større mål enn å referere mektige kilder” (ibid:21). Watergate-avsløringen ble et idealisert eksempel på en ny og kritisk journalistrolle (ibid:19). Opprettelsen av SKUP-prisen (stiftelsen for kritisk og undersøkende presse), er en bekreftelse på pressens fokus på det journalistiske ideal. Prisens formål er å inspirere til kritisk og undersøkende journalistikk. Innen fagpressen berømmer ofte DNFFs Journalistpris den kritiske og undersøkende journalistikk. I jakten på en ny identitet har fagpressen sett til dagspressen, og en profesjonalisering av fagpressens redaktører har skjedd med referanse til utviklingen i den øvrige pressen (Eide 2000:246).

### 3.1.1 Uavhengighet og presseetikk på plakaten

Egne journalistfaglige utdanninger, opprettelsen av felles etiske retningslinjer og Redaktørplakaten anses som en del av pressens profesjonalisering. Vær Varsom-plakaten (VVP) og Tekstreklameplakaten er etiske retningslinjer pressen selv har innført som skal sikre god presseskikk, og opprettholde grenser mellom reklame og redaksjonell tekst. Redaktørplakaten understreker en redaktørs plikter og rettigheter.

Ved etableringen av plakaten i 1953 ble redaktørens rolle befestet som en ytringsfrihetens forvalter, med ansvar for å tjene det redaktøren mener er det beste for samfunnet (Eide 2000:80). Fra 1. januar 2009 ble redaktørens uavhengighet også fastsatt i Lov om redaksjonell fridom i media. Loven fastslår at en redaktør skal lede den redaksjonelle virksomheten og foreta de redaksjonelle avgjørelser innenfor rammen av virksomhetens grunnsyn og formål (Lov om redaksjonell fridom i media, § 4).

Redaktørplakaten poengterer at redaktøren skal være fri og uavhengig i sitt redaksjonelle arbeid. Dersom redaktørens overbevisninger kommer i konflikt med mediets grunnsyn, må stillingen fratres:

En redaktør forutsettes å dele sitt mediums grunnsyn og formålsbestemmelser. Men innenfor denne rammen skal redaktøren ha en fri og uavhengig ledelse av redaksjonen og full frihet til å forme mediets meninger, selv om de i enkelte spørsmål ikke deles av utgiveren eller styret. Kommer redaktøren i uløselig konflikt med mediets grunnsyn, plikter han/hun å trekke seg tilbake fra sin stilling. Redaktøren må aldri la seg påvirke til å hevde meninger som ikke er i samsvar med egen overbevisning (Redaktørplakaten).

Det er altså i Redaktørplakaten og Lov om redaksjonell fridom i media at en sikring av den redaksjonelle uavhengigheten finnes. Samtidig defineres det gjennom plakaten og loven at redaktøren i det store og hele skal være lojal mot sine eiere (Ottosen, 2004:69). Odd Raaum forteller i *Pressen er løs!* at plakaten skulle ”fjerne så mye som mulig av gråsonen mellom direktør og redaktør” (Raaum 1999:13), og at så lenge redaktøren følger eiers grunnsyn og formålsbestemmelser, skal han ha full frihet til å bestemme over avisens innhold og redaksjonelle arbeid (ibid). Selv om eierne slik har fraskrevet seg betydelige deler av sin styringsrett, har de fortsatt makt til å bestemme formål og ideologi. I følge Allern kan dette føre til at politiske og økonomisk motiverte eiervalg kan sette rammer for den frie og uavhengige journalistikken (Allern 2001:319). Pierre Bourdieu påpeker at journalister kan innføre selvsensur og restriksjoner i egen ytringsfrihet, for ikke å støte fra seg den politiske

makten og undergrave grunnlaget for egne privilegier (Ottosen 2004:31). På samme måte kan kontrollerende eiere bidra til selvsensur og tilbakeholdenhet i det redaksjonelle arbeidet.

Uavhengigheten har imidlertid også en slagside. ”Norske medier har for lengst blitt avhengige av sin uavhengighet” skriver Eide i *Den redigerende makt* (2000:299). Eide presiserer at det er lettere for pressen å skjule seg bak sin uavhengighet og uttalte samfunnsoppdrag, enn det er å tilegne seg virkelige kunnskaper som trengs for å utføre kritisk journalistikk;

Det er enklere å tilegne seg en journalistisk uavhengighetspatos enn å drive kritisk og undersøkende journalistikk [...] I den profesjonelle opprustningen som pågår i norsk journalistikk er det en tendens til at selvtilfredsheten ekspanderer raskere enn kunnskapene og innsikten (ibid:300).

Når en journalistisk virkelighetsforståelse får hegemoni, kan journalistikk bli ideologi. Denne ideologien har av Olof Peterson fått navnet *journalisme* (Allern 2001, Eide 2000). Problemet med journalismen påpekes av Allern ved at svakhetene i samfunnet som skal avsløres, har tilknytning til verdimeslige vurderinger, uavhengig av de journalistiske. Journalistene skjuler egne holdninger og motiver, noe som kan føre til en tilpasning til herskende kildeverdier og holdninger (Allern 2001:23). I følge Eide forenkler journalismen verdensbildet til tre grupper; makthavere, vanlige folk og journalister (2000:303). Dette kan føre til at mediene blir en scene hvor konflikt utspilles, men at journalistene ikke tar ansvar for debattens innhold;

”Det blir helt utilstrekkelig om journalist- og redaktørrollen først og fremst forstås som en impressarirolle, der det gjelder om å spille parter ut mot hverandre for å få temperatur og friskhet inn i debatten” (ibid:305).

VVP retter seg mot medienes samfunnsrolle, ivaretagelse av integritet og ansvar, at pressen opptrer kritisk i valg og behandling av kilder, samt etiske krav rundt publisering. Viktigheten av pressens uavhengighet presiseres allerede i første punkt: ”En fri, uavhengig presse er blant de viktigste institusjoner i det demokratiske samfunn” (Vær Varsom-plakaten).

Tekstreklameplakaten skal sikre at redaksjonelt innhold ikke har bindinger til utenforstående interesser. Tekstreklame oppstår, i følge plakaten, ”når produkter og kommersielle interesser blir eksponert eller positivt omtalt på redaksjonell plass ut fra andre hensyn enn uavhengig og kildekritisk journalistikk” (Tekstreklameplakaten). Journalistikk bestående av egen redaksjonell tekst er derfor et krav for å kunne utøve kritisk journalistikk.

Slik det fremkommer i VVP og Tekstreklameplakaten, knyttes uavhengighet tett sammen med kildekritikk i den journalistiske selvforståelsen. Kildekritikk kan videre anses som en metode for å utøve kritisk journalistikk.

### 3.1.2 Kildekritikk

Kritisk journalistikk innebærer at journalistikken ikke er kildestyrt, at journalisten makter å gå bak de offisielle uttalelser og er oppmerksom på bakenforliggende motiver. VVP understreker i punkt 3.2 at man skal man være kritisk i valg av kilder og kontrollere om gitte opplysninger er riktige (Vær Varsom-plakaten). Et krav om faktakontroll og en bredde i kildetilfanget er derfor nødvendig, ettersom sannheten ikke nødvendigvis er gitt og entydig. Fritt valg av kilder og en kritisk holdning til deres opplysninger er en betingelse for integritet og redaksjonell kvalitet, i følge Allern i *Når kildene byr opp til dans* (1997:9). Allern mener at nyhetsmediers troverdighet avhenger av at publikum kan ha tillit til at formidlet informasjon ikke styres av ressurssterke pressegrupper (ibid). Således følger kildekritikk logisk journalistikkens uavhengighet og sannhetskrav. Kilder kan være muntlige og skriftlige, fremstå som faktautspill eller subjektive holdninger, samt variere fra tips til tilnærmet ferdigskrevne saker.

Brian McNair mener både innhold og agenda i journalistikken er et produkt av utenforstående aktørers kommunikative arbeid. Pressen er så viktig i samfunnet at andre tilegner seg måter å påvirke og forme journalistikken på. Slik har det utviklet seg egne profesjonsgrupper med PR-rådgivere, lobbyister og kommunikasjonsrådgivere (McNair 1998:143-144). Kilder i en moderne medieoffentlighet vet hva som fanger redaksjoners oppmerksomhet, og hvordan de skal tilrettelegge en sak for størst sannsynlighet for publisering (Eide 2000:301). I følge McNair utvikles det en symbiose hvor profesjonelle kilder kan utnytte medias avhengighet av dem (1998:147). Allern kaller i *Flokkdyr på Løvebakken* (2001) dette forholdet for informasjonshindre og informasjonssubsidier. Hindrene går på hemmelighold og sensur. Informasjonssubsidier tilsier motsatt, at kilder tilrettelegger informasjon for pressen, eksempelvis gjennom pressemeldinger, meningsmålinger og tilbud om ”eksklusive” intervjuer (Allern 2001:49). Slike subsidier kan fylle redaksjonell plass i en presse under hardt tidspress. Kildestyrt informasjon kan imidlertid føre til at pressen kun anvender én kilde, samt at noen organisasjoner får mer dekning på bekostning av andre. De færreste journalister ønsker imidlertid å fungere som et mikrofonstativ og benytter flere kilder (ibid:50-51). En oppsøkning av flere kilder kan i følge Allern føre til en konfliktorientert journalistikk, men også en undersøkende og mer kritisk journalistikk:

På den ene siden har dette ført til en mer konfliktorientert journalistikk, der det er obligatorisk å kartlegge motsetninger gjennom å presentere ulike kilder og versjoner. Samtidig gir det [...] til en viss grad rom for undersøkelser og granskning [...] (ibid:51).

I likhet med Allern, mener McNair det ofte er ressurssterke kilder som har best mulighet til å påvirke nyhetene. I tillegg bemerker McNair at mindre grupper kan utøve innflytelse på mediene, dersom de tilegner seg kunnskap om nyhetskriteriene, og skaper medievennlige hendelser (McNair 1998:152-161). McNair understreker imidlertid forskjeller mellom tabloid- og fullformatsaviser med hensyn til å bli forført:

Tabloid newspapers, like mainstream television news, lack the space or the inclination to cover complex subjects in depth and often assume that their readers would not be interested in or capable of absorbing such coverage. Broadsheet newspapers do contain in-depth coverage but are less likely to be seduced by the attractions of pseudo-events and “spectaculars” and more likely to be skeptical of attempts to manipulate the news agenda (ibid:156).

Allern påpeker at kildekritikk bygd på egne redaksjonelle initiativer, er et avgrenset fenomen og at referatjournalistikk er mer vanlig. Dette er problematisk dersom mediene blir ”en arena for kommersielt styrte budskap” (1997:243). Énkildejournalistikk bør ikke gjøre journalister til lojale referenter. Journalister kan derfor følge opp kildeinitiativ med kritiske spørsmål, kontakte flere kilder eller forsøke å kartlegge en konflikts innhold der kilder har motstridende synspunkter (ibid).

Mats Ekström og Stig Arne Nohrstedt anser i *Journalistikens etiska problem* (1996) kildekritikk som én av ni former for kritiske tilnærminger i nyhetsjournalistikken. Kildekritikk betraktes som en form for kritikk, integrert i nyhetsjournalistikken mer eller mindre rutinemessige arbeidsformer (1996:108). Kritikk som undersøkende eller granskende journalistikk er også en kritisk tilnærming, i følge Ekström og Nohrstedt. Denne tilnærmingen er imidlertid ikke integrert i det redaksjonelle arbeidet, men en motsats til det ”dagliga rapporterandets” (ibid:101). I fagpressen kan kildekritikken påvirkes av en nærhet til kildene, samt et begrenset kildetilfang.

### **3.1.3 Undersøkende journalistikk**

Ekström og Nohrstedt fortolker den kritisk granskende og undersøkende journalistikk som et arbeid der journalister fordyper seg i en problematikk og søker dypere kunnskap enn hva den



ytte virkeligheten presenterer: ”En kritisk granskende journalistikk kännetecknas av att man inte tar det sagda och uttalade för givet utan inntar ett mer misstroget förhållningssätt” (ibid).

Hugo de Burgh definerer undersøkende journalistikk (investigative journalism) som journalistikk som forsøker å avdekke eller finne feil ved sannheten, i *Investigative Journalism* (2008). Journalistenes arbeid ligner i så måte på arbeidsmetodene til blant annet politi, advokater og revisorer. Journalistikken sikter imidlertid ingen, og sakene er ikke juridisk basert:

An investigative journalist is a man or woman whose profession is to discover the truth and to identify lapses from it in whatever media may be available. The act of doing this generally is called investigative journalism and is distinct from apparently similar work done by police, lawyers, auditors and regulatory bodies in that it is not limited as to target, not legally founded and usually earns money for media publishers (de Burgh 2008:10).

Undersøkende journalistikk er, i følge de Burgh, nødvendig for dem som mener at det ikke alltid er nok å rapportere, ei heller analysere, hva autoriteter sier. Dette fordi autoritetene kan ha en agenda som motstrider allmennhetens interesser (ibid:11-12).

Implisitt i den undersøkende journalistikk ligger at man skal avdekke kritikkverdige forhold. Denne intensjonen står også nedfelt i VVP punkt 1.4: ”Det er pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold”(Vær Varsom-plakaten). I dette punktet tilføyes også pressens plikt til å sette et kritisk søkelys på hvordan mediene selv fyller sin samfunnsrolle. En refleksivitet og journalistisk bevissthet er således nødvendig for å kunne utføre kritisk journalistikk.

Ekström og Nohrstedt påpeker at journalistikkens kritiske måte å forholde seg til omverden på, ved sin integritet, kildekritikk og kritisk granskende rolle, utgjør en grunnpilar i den journalistiske ideologien, som legitimeres av profesjonens autonomi og dominerende posisjon i det demokratiske samfunn. Samtidig er det nettopp nyhetsjournalistikkens profesjonalisering, med blant annet høye produksjonskrav, som motvirker utviklingen av interne debatter, selvkritikk og refleksivitet (Ekström og Nohrstedt 1996:109). Nyhetskriteriene er blant annet med på å bestemme hvilke hendelser journalister anser som viktige.

### 3.2 Utvalg og nyhetskriterier

I artikkelen *The Structure of Foreign News* (1965) fokuserer Johan Galtung og Mari Holmboe Ruge på utenriksnyheter og spør hvordan hendelser blir til nyheter. De undersøker karakteristiske trekk ved hendelser og fremsetter deretter hypoteser rundt nyhetskriterier. Kriteriene går ut på at en hendelse bør ha kulturell nærhet og nærhet i tid. I tillegg er kriterier som uventede, utvetydige og sjokkerende hendelser viktige, selv om hendelser som svarer til ens forventninger også kan bli en nyhet. Videre anser de negative hendelser, hendelser med mulighet for personifisering eller som inneholder elitenasjoner og -personer som sannsynlige for å bli nyheter. Galtung og Ruge fremsetter også en hypotese om at hendelser kan bli nyheter fordi redaktører ønsker et balansert nyhetsbilde, samt det faktum at hvis en hendelse først blir en nyhet kan den etableres i nyhetsbildet en tid fremover (1965:64-71). Galtung og Ruge forsket på utenriksnyheter. Selv om artikkelen ble forfattet i 1965 og har blitt kritisert i senere forskning (se Hjarvard 1995), refereres det fortsatt til disse kriteriene i journalistisk forskning og faglitteratur (McNair 1998, Høyer 1989 m.fl.).

En senere bruk av kriteriene, hovedsakelig innen nyhetsjournalistikk, har dermed ført til en utvidet tolkning av kriteriene, i forhold til det som Galtung og Ruge behandlet. I dag kjennetegnes gjerne nyhetskriteriene ved begrepet ”VISA”, hvor bokstavene betegner vesentlighet, identifikasjon, sensasjon og aktualitet. Vesentlighet illustrerer at nyheten skal angå leseren og ha en samfunnsmessig verdi. Aktualitet går ut på at nyheten presenteres samme dag som hendelsen finner sted. Sensasjon viser, i følge Østlyngen og Øvrebø ”noe som bryter radikalt med det normale”, og identifikasjon innebærer kulturell eller geografisk nærhet (Østlyngen og Øvrebø 2000:103-105). Ofte tillegges en K, for konflikt, til VISA-begrepet. Konflikten henspiller på nyhetssaker som fokuserer på person- og interessekonflikter (Hågvær 2007:49). En nyhet trenger imidlertid ikke å inneholde alle kriteriene. Hva som utgjør en nyhet avhenger av hvilke hendelser en journalist har å velge mellom, i tillegg kan en sak presenteres *som om* den er vesentlig, identifiserbar, sensasjonell, aktuell eller konfliktfylt (ibid).

Timothy E. Cook anser, i *Governing with the news* (1998), nyhetsmedier som en selvstendig sosial institusjon, fordi nyhetenes innhold, og prosessen bak mediers nyhetsproduksjon er relativ lik. Dette til tross for variasjon i nyhetsorganisasjoners målgrupper, teknologi og utgivelseshyppighet (Cook 1998:76). Derfor hevder Cook at journalister jobber etter tause og ukritisk aksepterte rutiner for hvem og hva som utgjør en nyhet:

Stated simply, rather than think of journalists as free-wheeling individuals writing their stories, it reminds us that they work according to unspoken and uncritically accepted routines, procedures, and rules of who and what make news (ibid:75).

Selv om informasjon kan bearbeides, slik at nyheter får en journalists særpreg, er journalister bundet av visse institusjonaliserte normer. Man vet ikke hva en nyhet er, mener Cook, bortsett fra at den skal være nøyaktig, fersk, presis, uventet, interessant og viktig. Derfor følger journalister etablerte regler og rutiner, i stedet for å forsøke å finne ut hva som utgjør en nyhet. Journalistene oppsøker steder de vet nyheter vil forekomme, baserer seg på trygge kilder og presenterer saker innenfor rammer de vet vil godkjennes av sine overordnede. Slik internaliseres og opprettholdes de gjeldende normene og rutinene i nyhetsrommet (ibid:72-73). De faste rutinene kan minimalisere den kritiske journalistikken fordi man ikke søker nye perspektiver i form av andre vinklinger og kilder.

Thomas E. Patterson diskuterer i "The News Media: An Effective Political Actor?" (1997) politisk journalistikk, og pressens begrensninger som politisk aktør. I likhet med Galtung og Ruge hevder Patterson at pressens mål er å produsere gode historier, og at de interesserer seg for det nye, det uvanlige og det sensasjonelle. Journalistens historie må skille seg fra gårsdagens, og deres fokus skifter brått når en ny, oppsiktsvekkende hendelse finner sted (Patterson 1997:447). I følge Patterson er nyhetene selektive beretninger om grensesprengende og inngripende hendelser. Ettersom plutselige hendelser har større nyhetsverdi enn langvarige forhold, domineres ikke nyhetsbildet av samfunnets viktigste problemer (ibid:447-448).

Patterson påpeker også at en saksdekning i stor grad avhenger av om den kan personifiseres. Nyhetshendelser med liten samfunnsmessig betydning, men som involverer kjente figurer, kan derfor utgjøre store saker. Samtidig påvirkes nyhetsdekningen av kommersielle verdier for hva som har nyhetsverdi eller ikke (ibid:448). Selv om nyhetsmediene ofte er svært nøyaktige i sine skildringer, er deres arbeid generelt sett ofte mangelfullt på grunn av tidspress og oppslutningen rundt en hendelses nyhetsverdi. Slik overskygges langtidstrender av daglige hendelser (ibid:449). Patterson mener begrensningene journalister jobber innenfor gir overfladiske analyser. Journalistene får sjelden tid til å undersøke bakenforliggende årsaker og slipper å ta hensyn til en saks løpende utvikling. Disse begrensningene leder pressen til å foretrekke "the indisputable fact and the easy interest" (Lippman, sitert i Patterson 1997:449).

I den politiske nyhetsdekningen presiserer Patterson at strid og konflikt ofte anses som de virkelige politiske sakene. Pressen spiller på beskyldninger og motbeskyldninger og graver seg i mindre grad ned i detaljer rundt politiske problemer, som posisjoner eller sosiale forhold. Pressen forsømmer ikke bare saker i favør av det strategiske spillet, men de politiske sakene er underordnet drama rundt konflikter som genereres av motstridende sider. Slik ”avpolitiserer” ofte pressen saker og behandler dem mer som politiske ritualer, enn objekter for en seriøs debatt (Patterson 1997:450). Medias fokus på konflikter gjør ”slagmark” til en dominant metafor for politisk dekning (ibid).

I lys av Cook, Patterson, samt Galtung og Ruges nyhetskriter, kan det hevdes at journalister er bundet av normer for hva som utgjør en nyhet, samt at deres arbeid har mer preg av rutine enn kritisk oppsøkende arbeid. Dette viser at til tross for pressens fokus på å være en fri og kritisk instans, kan produksjonen innenfor nyhetsinstitusjonenes rammer føre til mindre kritisk journalistikk enn hva deres samfunnsoppdrag skulle tilsi. Et fokus på konflikt og negative hendelser kan gi en kritisk journalistikk uten substans. Nyhetskriteriet *konflikt*, samt hypotesen om at *negative* nyheter ofte foretrekkes fremfor positive (Galtung og Ruge 1965), kan skape motsetninger i nyhetene for motsetningens skyld og føre til en ”misforstått” kritisk journalistikk.

Patterson viser til en svensk studie utført av Jörgen Westerstäl og Folke Johansson, hvor negative nyheter som tidligere var begrenset til ulykker og kriminalitet, nå også preger andre saksområder. Ofte gjøres dette gjennom bruk av kilder, hvor journalisten stadig søker negative kommentarer for å støtte en kontrovers. Westerstäl og Johansson konkluderer med at denne utviklingen innen kritisk journalistikk, kan forklare omfanget av kritikk i nyhetene:

This has become a routine procedure among modern journalists. Instead of straight news, they prefer, on supposedly professional grounds, to support a controversy. This development or degeneration of critical journalism explains, in our view, the high rate of criticism in the news (Westerstäl og Johansson sitert i Patterson, 1997:80).

Patterson påpeker at når negative saker overvelder de positive, tror leserne at politikerne utretter en dårligere jobb enn hva det faktiske tilfellet er. Han påpeker imidlertid at det er feil å konkludere med at all kritisk journalistikk frustrerer politisk ledelse og underminerer den demokratiske prosess. En ”vakhund”-presse er en av de viktigste sikringene mot

maktmisbruk. Likevel trenger demokratiet en ”vakthund” med dømmekraft til å skille reelle overgrep fra feiltrinn, noe som er en naturlig del av for eksempel det å styre en hel nasjon (Patterson 1997:453).

Dette bekreftes i flere forskningsarbeider (blant annet i Wolsfeld 2004, Agelen 2007, Sheaffer og Svir-Gvirsman 2010,). I ”Nyhetsverdier og medieslitasje” (2007) undersøker Tone Sofie Agelen hvordan mediedekningen av partiers landsmøter i forkant av stortingsvalg kan føre til slitasje på den sittende regjeringen. Hun legger nyhetskriteriene til grunn, ved at utspill og popularitetsjakt går på bekostning av langsiktig resultatpolitikk. Hun viser også til journalismen som ideologi, ved at medienes kritiske motmaktsrolle overfor statsmakene gjør at regjeringsslitasje kan være et resultat av medieslitasje (Agelen 2007:81-101).

Avslutningsvis stiller hun spørsmål om mediene oppfyller sin kritiske rolle, når regjeringspartiene får kritikk som en del av hverdagen, mens opposisjonspartiene muligens slipper unna den kritiske lupen: ”Selv om dette er i tråd med de forventningene vi stiller til medias kritiske rolle, har dette helt klart en slagside i forhold til ansvarlighet. Særlig dersom der er slik at opposisjonspartiene slipper billigere unna” (ibid:101).

Journalistiske normer, hvor konflikt og drama står sentralt, trenger for øvrig ikke å stemme overens med journalistenes personlige normer. Slik kan journalister sies å stå i en dobbeltrolle mellom individuell frihet og organisatoriske rammer. Journalistisk profesjonalisme blir derfor ”å tilpasse seg en rollekonflikt mellom egen kompetanse og dyktighet i å følge rutinene, som på sin side opphøyes av et yrkesideal” (Elliot, sitert i Høyer 1989:119).

### **3.2.1 Tolkingsrammer**

Som nyhetskriteriene viste, er ikke nyheter bare hendelser, men hendelser medier har valgt å rapportere. Videre vinkles og tolkes disse hendelsene innen sosialt konstruerte rammer.

Erving Goffman er ofte kreditert som opphavsmannen bak begrepet ”frames” – eller tolkningsrammer. Øyvind Ihlen (2007) forklarer at begrepet ble brukt i psykologi og kognitiv teori, før Goffman importerte det til sosiologien. Gaye Tuchman var videre en pioner blant bruk av tolkningsrammer på medieinnhold (Ihlen 2007:27).

Robert Entman forsøker i ”Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm” (1993) å identifisere og finne felles tendenser blant ulike bruk av begrepet ”framing”. Han foreslår deretter en mer presis og universell forståelse:

To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described (Entman 1993:52).

I følge Entman innebærer tolkningsrammer at man lar noen aspekter fra en opplevd virkelighet være mer fremtredende enn andre. Lesernes meninger kan påvirkes av tolkningsrammer, fordi leserne i flere sosiale eller politisk saker er lite informert. Samtidig hindrer dominerende tolkningsrammer de fleste lesere i å foreta balanserte vurderinger av en situasjon (ibid:56). Entman mener journalister mangler forståelse for tolkningsrammer, og derfor lykkes dyktige mediemanipulatorer å påtvinge sine dominerende tolkningsrammer på nyhetene. Dersom journalister derimot forstår forskjellen mellom å inkludere spredte opposisjonelle fakta, og å utfordre dominerende tolkningsrammer, ville nyhetene kunne fremhevet to eller flere tolkninger av et problem overfor et ofte uoppmerksomt og lite informert publikum (ibid:57). For å oppnå dette siteres Tuchman, som mener journalistene må innta en mer aktiv og sofistikert rolle enn hva de har i dag. Dette kan resultere i en mer balansert rapportering enn hva man kan produsere innenfor den formalistiske normen objektivitet (ibid). Tolkingsrammer kan med andre ord styre både lesere og journalister. Allern mener det trengs både kunnskap, selvstendighet og mot til å bryte med rådende meninger. Å være ”uavhengig journalist” betyr derfor ”alt for ofte å operere med de samme tolkningsrammene som kollegene” (Allern 2001:300). Cook påpeker at det ikke er et problem at enkeltjournalister tar parti i saker, men at nyhetsmediene er så homogene at det ikke hjelper å oppsøke flere nyhetsmedier som kilder (Cook 2005:166).

### **3.2.2 Undersøkende journalistikk vs. Nyhetskriterier**

Undersøkende journalistikk kan på flere måter fri seg fra nyhetskriteriene. I følge de Burgh skiller undersøkende journalistikk seg fra nyhetsjournalistikk fordi den nødvendigvis ikke faller inn under den samme nyhetsagendaen, og derfor ikke avhenger av nyhetskriteriene i like stor grad. Undersøkende artikler involverer et subjekt, som journalisten selv insisterer på at vi bør vite noe om (de Burgh 2008:13). de Burgh viser til journalisten John Pilger som mener at termen undersøkende journalistikk ble en sjargong for ca. 10 år siden, i sammenheng med nedgangen i granskning, nysgjerrighet og kall blant journalister. Nedgangen sidestilles med medias interesse av å underholde, forandringer i jobbpraksiser og tidspress (ibid).

### 3.2.3 Forholdet mellom rapportering, analyse og undersøkning

de Burgh anser nyhetsrapportering som beskrivende, mens analytisk journalistikk stiller spørsmål ved en situasjon eller et utsagn og hjelper oss å se ting på en annen måte.

Undersøkende journalistikk går enda et skritt videre og sjekker om en presentert situasjon representerer virkeligheten, samtidig som leserne gjøres oppmerksomme på ting man vanligvis ikke hører om i det hele tatt. Ytterpunktet av undersøkende journalistikk setter spørsmålstegn ved det ortodokse og utfordrer den virkeligheten maktpersoner ønsker at vi tror på (ibid:14). Journalister må med andre ord ikke ta ting for gitt, men vise at det finnes flere stemmer. Undersøkende journalistikk kan selv oppsøke kilder for å avsløre kritikkverdige forhold, samt sette spørsmålstegn ved rådende tolkningsrammer.

de Burgh mener imidlertid ikke at undersøkende journalistikk kan bevise *sannheten*. Den kan derimot, ved å samle bevis og gjøre rede for menneskers standpunkt, gi oss en mer komplett versjon av sannheten (ibid:16-17). Undersøkende journalistikk forsøker å avdekke en tåkelagt virkelighet, en virkelighet som er tåkelagt fordi det gagnar noen at den er det (ibid:19).

Mens nyhetsjournalistikk behandler mottatt informasjon raskt, og ofte aksepterer nyhetshendelser definert av autoriteter (som politikere, politi, informasjonsarbeidere), velger undersøkende journalistikk selv ut informasjon, og prioriterer saker etter egne viktighetsdefinisjoner (ibid:14). Uten å generalisere den undersøkende journalistikken, understreker de Burgh at det alltid finnes et offer og en skurk, og som oftest rapporteres det om skjulte feil i systemer, enten det er i rettsvesenet, byråkratiet eller myndighetene (ibid:15). de Burgh siterer journalist Jonathon Calvert (*Insight, Observer* og *Express*) som uttrykker at ikke alt som forsøkes å holdes skjult er verd å undersøke: "I want to expose a bad practice, not a bad person" (Calvert, sitert i de Burgh 2008:15). Den undersøkende journalistikken går etter feil i systemer, ikke personer, og skiller seg slik fra en eksponerende journalistikk. Dette fordi det er forskjeller i offentlighetens interesse i avsløringen av for eksempel en kjærlighetsaffære, enn avsløring av politikere som kjemper for en sak, uten å opplyse at de blir betalt for å fronte saken (de Burgh 2008:15). Undersøkende journalistikk utføres dermed etter en fornemmelse av hva som er rett eller galt, og appellerer til lesernes moralske standard (ibid:20).

Undersøkende journalisters mål er, i følge de Burgh, mer enn å si seg uenige i samfunnets styresett: "They are doing more than disagreeing with how society runs; they are pointing out

that it is failing by its own standards. They expose, but they expose in the public interest, which they define” (ibid). Om undersøkningen lykkes, kan journalistikken varsle om feil i systemet og i siste instans føre til lovgivning og regulering (ibid).

I ”The News Media: An Effective Political Actor?” kommenterer ikke Patterson undersøkende journalistikk, men den fortolkende (interpretive) journalistikken. Patterson mener den fortolkende journalistikk har blitt en dominerende stil, og anser denne utviklingen som problematisk, fordi den eldre deskriptive stilen, hvor journalistenes viktigste jobb var enkle rapporteringer av fakta og hendelser, har blitt fortrenget (Patterson 1997:451). Tidligere besto den deskriptive journalistikken av hva politikere sa, og hvordan de sa det. I dag mener Patterson at nyhetsrapporteringen blandes med tolkning, noe som gir journalister mer makt:

The descriptive style casts the journalist in the role of a reporter. The interpretive style requires the journalist to act also as an analyst. The journalist is thus positioned to give shape to the news in a way the descriptive style does not allow (ibid).

I fortolkende journalistikk søker man sannheten, i likhet med den undersøkende journalistikk. Journalistene forutsettes å si ”hvorfor” i tillegg til ”hva”. Patterson konkluderer derfor at fortolkende journalistikk krever for mye av journalistene. De pålegges en forståelse for politiske prosesser de ikke har forutsetninger for å kunne. Dermed vil offentligheten være mer tjent om journalistikken forsto sine begrensninger (ibid:453). Patterson mener ikke at den deskriptive journalistikken må gjeninnføres, men søker mer tilbakeholdenhet hos pressen, enn hva de utfører i dag. Patterson peker på at journalisters perspektiv på politikk, kombinert med føringene de jobber under, gjør deres observasjoner flyktige og unøyaktige (ibid).

### **3.3 ”Lim og lupe” i journalistikken**

Selv om kritisk journalistikk ofte benyttes som et honnørord, er det blitt tatt til orde for at medienes sosiale rolle ikke må forsvinne i et altoverskyggende fokus på den kritiske journalistikk. Øystein Sande (2006) mener lokalavisen har to dimensjoner, både en kritisk og en sosial. Disse dimensjonene knytter seg til avisens politiske og sosiale rolle, der den politiske rollen utgjør en kritisk og uavhengig journalistikk, mens den sosiale rollen innehar en integrerende journalistikk som styrker en felles identitet. Lokalaviser blir, i følge Sande, ofte beskyldt for ikke å ha den distansen som kreves for å utøve kritisk journalistikk, og anses som servile mikrofonstativ. Sande mener imidlertid den sosiale rollen til lokalaviser er undervurdert, og mener man ikke bør gjøre kritisk/ukritisk til den eneste skalaen for å vurdere



avisens innhold. Kritikken overser at lesningen av et hyggelig referat kan styrke samhold og trivsel i bygda. Sande mener imidlertid at disse dimensjonene ikke utelukker hverandre. Lokalaviser kan med andre ord operere som sitt samfunns ”lim og lupe”, der kritisk og integrerende journalistikk er komplementære funksjoner. Limet oppfyller avisens samfunnsrolle, som leverandør av informasjon til innbyggerne. Lupen tilsvarer derimot rollen som den fjerde statsmakt, hvor den lovgivende, utøvende og dømmende statsmakt, her på et lokalt nivå, overvåkes av pressen (Sande 2006).

Ekström og Nohrstedt mener lokalavisenes nærhet til dem avisen skriver om, og for, har stor betydning for avisenes policy:

Lokaltidningar är inte sällan känsliga för sitt rykte på orten. Principen ”publish and be damned” är knappast vägledande. Viktigare är att vara seriös. Det är också väsentligt att ha goda och förtroendefulla relationer till de källor man är beroende av (1996:159).

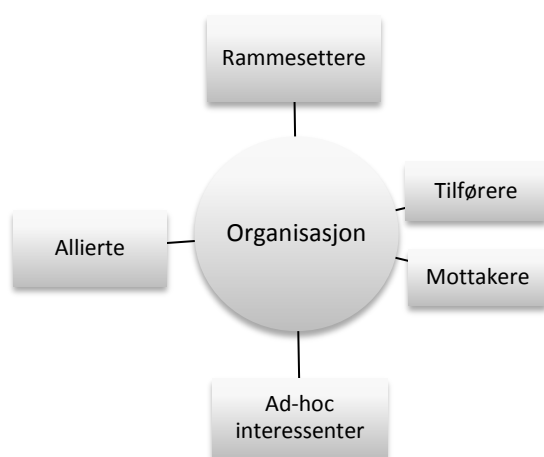
Ettersom lokalavisene er opptatt av å beholde sitt gode rykte i lokalsamfunnet, prioriteres en bred og ukontroversiell ”overvåkning” av de tradisjonelle nyhetsområdene. I følge Ekström og Nohrstedt kommer dette til uttrykk ved at den kritisk granskende journalistikken gis liten prioritet i lokalavisene.

Et fagblads funksjon har blitt sammenlignet med den man forventer en lokalavis har for sitt miljø (Tannæs 1995). De definerte områdene fagbladene henvender seg til utgjør således et ”lokalmiljø” innen samfunnet. Anker Brink Lund påpeker, i *Fagpressen i den journalistiske fødekæde* (2005), at fagbladene alltid har produsert en fellesskapsjournalistikk, og at fagpressen oppnår en brukerlojalitet, fordi bladene formidler stoff mottakerne umiddelbart kan identifisere seg med (Lund, 2005:27). Lokalavisenes dobbeltrolle kan derfor overføres til fagpressen. I tillegg til en synlig målgruppe og et definert ”lokalmiljø”, har de fleste fagblader en mer synlig eier enn hva forekommer i den øvrige pressen. Fagbladene eiere er med på å gi bladet en identitet, og bladet bidrar likeledes til å skape eiers identitet. I det følgende vil jeg derfor introdusere begrepet stakeholder media, og i hvilken grad et synlig eierskap kan ha innvirkning på den kritiske journalistikk.

### **3.4 Fagpressen som Stakeholder media**

Fagpressen er ikke et rent nyhetsjournalistisk medium, og innfallsvinkelen stakeholder media kan gi et alternativt perspektiv på fagpressejournalistikken.

I følge Ihlen og Robstad, er interessenter den vanligste norske oversettelsen av stakeholders. Deres definisjon av interessenter, er ”alle individer og grupper som en organisasjon har mål eller konsekvenser for – og omvendt; alle som har mål eller konsekvenser for organisasjonen” (Ihlen og Robstad 2007:45). Ihlen og Robstad låner Grunig & Hunts interessentkart, for en oversikt over de fem interessentkategorier en organisasjon har, samt deres relasjoner (figur 2).



Figur 2

Rammesetterne gir eller kan gi en organisasjon de rammene som trengs for å eksistere. Dette kan være tillatelser, økonomi og aksept. Tilførere er interessentene en organisasjon trenger leveranser fra for å kunne operere. Kunder, klienter og medlemmer, altså de som tilføres noe fra organisasjonen, er mottakere. De allierte har samme verdier eller interesser som organisasjonen, og kan være viktige samarbeidspartnere. Ad-hoc interessenter, er en oppsamling av mennesker eller grupper som kan være interessert i eller motstandere av organisasjonens arbeid (ibid:46).

I et makroperspektiv vil denne modellen være foranderlig, hvor en organisasjon i et tilfelle vil ha interessenter, mens organisasjonen i et annet tilfelle selv vil være en annen organisasjons interessent. Således er ulike organisasjoner kjedet sammen, og utgjør hverandres interessenter. For å illustrere dette kan fagbladet *Sykepleien* være Norsk Sykepleierforbunds medium ut mot *organisasjonens* interessenter, mens Norsk Sykepleierforbund i et annet tilfelle vil eksempelvis være Helsedirektoratets *interessent*. Slik kan *Sykepleien* være en interessents medium, med andre ord stakeholder media.

I ”Disruptive News Technologies: Stakeholder media as the Future of Watchdog Journalism Business Models” (2010) benytter Mark Lee Hunter og Luk Van Wassenhove uttrykket stakeholder media, som medier drevet av et fellesskap med gjensidige interesser:

Stakeholder media, as we use the term, reflect partisan or community interests concerned by a given subject. Their role is to serve, reflect and advance those interests, and in the process to defend and build their communities (Hunter og Van Wassenhove 2010:8).

Stakeholder media kan være en blogg, et nyhetsbrev eller Greenpeace.com, og således være forfattet av vanlige nettbrukere, en organisasjon eller journalister (ibid).

Hunter og Van Wassenhove påpeker at skillelinjene mellom nyhetsmedier og stakeholdermedier ikke er absolutte, men fremstiller noen nøkkelkarakteristikker som peker på medietypenes ulikeheter, illustrert i tabell 2.

Media Type	News	Stakeholder
Professional attitude	Objective/balanced	Transparent/advocacy
Audience	General public	Community of interest
Value in content/tone	Complete/neutral	Partial/partisan
Function	Tell what to think about	Tell what to do about it
Information sourcing	Mainly primary	Largely secondary
Temporal focus	Present	Past and future

Tabell 2

Der nyhetsmedier søker objektivitet og balanse i sine saker, søker stakeholder media åpenhet rundt sine mål og motiver. Nyhetsmedienes nøytralitet sidestilles med stakeholder medias åpne stillingtagen. Nyhetsmediene rettes mot et generelt publikum, mens stakeholder media rettes mot interessegrupper (2010:11). Hunter og Van Wassenhove påpeker at jo mer en organisasjons produksjon ligner den høyre kolonnen, dess mer fungerer mediet som stakeholder media. I en personlig henvendelse jeg foretok, nevner Hunter at grensene ikke er konstante, og medier defineres derfor etter hvilken side de heller mot. Ettersom fagpressen på flere punkter nærmer seg høyre kolonne, mener Hunter fagblader absolutt kan kalles stakeholder media. Dette til tross for at de definisjonsmessig ikke er rene stakeholder medier (Hunter 31.05.2010).

I foredraget ”New models for investigative media” (20.03.2010) påpeker Hunter at nyhetsmedier ønsker å informere, slik at deres brukere kan foreta informerte valg. Stakeholder

media er derimot siktet mot definerte grupper med visse interesser, og er ikke interessert i å informere et generelt publikum:

Media that are aimed at communities of practice and interest do not care about informing a general audience. They care about informing a community of insiders. That community may be large or small, it may be everybody who owns an electric guitar, it may be everybody who drives a Honda (...) but it is a community in which people share certain agreements to begin with (Hunter, 20.3.2010).

Hunter benytter Greenpeace.com som et eksempel på stakeholder media, og påpeker at brukerne ikke oppsøker denne nettsiden med mindre de er interessert i miljøspørsmål. Måten mennesker forholder seg til disse mediene på, skiller seg derfor fra hvordan man forholder seg til nyhetsindustrien (ibid). Derfor finnes et markant skille mellom disse to medietypene, som Hunter kaller et paradigmeskifte. Dette innebærer at nyhetsmedier forteller hva man skal tenke på, mens stakeholder media finner løsninger og forteller publikum hva de kan gjøre. Nettsidene til Greenpeace besøkes med andre ord ikke av mennesker som lurer på hva som har skjedd det siste døgnet. Nettsidene besøkes fordi man allerede tenker på miljøet. Slik kan nettsidene fortelle hva en skal foreta seg med hensyn til miljøspørsmål. I forlengelsen av dette paradigmeskiftet, mener Hunter at mediene ikke lenger vil måles etter hva de kan fortelle, men om de kan komme med løsninger på problemer. Dette innebærer nye journalistiske roller, hvor man ikke kun undersøker problemer, men også presenterer løsninger. Samtidig forutser Hunter at mediene vil få en viktig rolle som tilrettelegger av informasjon ved å bearbeide og finne mønstre i allerede tilgjengelig stoff (ibid). Hunter tar imidlertid forbehold om at denne utviklingen fortsatt er under forskning.

Hunter og Van Wassenhove anser stakeholder media som interessegruppers ”vakthunder”. Med dette mener de at den undersøkende journalistikken vil vokse utenfor og parallelt med nyhetsmediene. Nyhetsmedienes eierskapsstruktur og kapasitet reduserer deres evne til å utøve rollen som en vakthund (Hunter og Van Wassenhove 2010:3). Slik peker Hunter og Van Wassenhove på at den undersøkende journalistikken vil minke i dagspressen, men kan øke i stakeholder media, fordi skribentene kjenner området godt.

### **3.5 Ulike betydninger av kritisk journalistikk**

Kritisk journalistikk, slik det vil benyttes i forhold til fagpressen i denne oppgaven, er et begrep som bærer i seg flere betydninger. For det første innebærer kritisk journalistikk at journalistikken ikke er kildestyrt, og at den fungerer uavhengig av eier. I

fagpressesammenheng, er det interessant å undersøke redaksjonenes forhold til eier, ettersom deres profesjonalisering, med blant annet innføringen av Redaktørplakaten, er et relativt nytt frembrudd. Kildebruk er interessant ettersom fagbladene ofte retter seg mot begrensede saksområder, noe som kan bety et begrenset kildetilfang. At journalistikken er undersøkende, med andre ord ikke består av enkle intervjuer og meldinger, vil også vektlegges. Fagbladene har ofte små redaksjoner og lang trykkesid, og det er interessant å se om dette trekker fagbladene i retning av mer eller mindre benyttelse av kritisk journalistikk som et metodisk arbeid. Kritisk journalistikk vil også innebære at journalistene berører forhold som påvirker fagbladenes målgrupper, både eksternt og internt, samt at redaksjonene har et granskende blikk på seg selv og sin rolle, og således er bevisste på hvordan ulike faktorer kan påvirke det journalistiske resultatet. Den kritiske journalistikken i fagpressen vil derfor innebære en journalistisk bevissthet overfor eierskap, kildebruk, funksjon, metode og produksjon. De presenterte betydningene er ikke nødvendigvis utelukkende eller uavhengige av hverandre, men kan samlet styrke den kritiske journalistikken.

Nyhetsjournalistikkens rammer forsøkes ikke å skyves over på fagpressen, men benyttes for å belyse fagpressejournalistikken. Selv om det finnes forskjeller mellom fagpresse og nyhetspresse, kan nyhetsjournalistikken være gyldig for fagpressen, hvorav begge opererer under samme forståelse for hva kritisk journalistikk er. Ved å benytte perspektiver fra nyhetsjournalistikken, er det interessant å se hvordan fagpressen posisjonerer seg i forhold til den deskriptive kritiske journalistikk.

Oppsummert innebærer begrepet kritisk journalistikk de fire punktene uavhengighet, holdning, metode og resultat: 1) En journalistisk uavhengighet vil si en uavhengig posisjon overfor eiere, kilder og annonsører 2) En journalistisk holdning innebærer at journalistene ønsker å ha en overvåkende og kontrollerende rolle, og har definert sitt oppdrag og journalistiske normer i felles etiske retningslinjer. Holdningen innebærer også en bevissthet over egen funksjon og rolle. 3) Kritisk journalistikk som metode innebærer ulike kritiske tilnærminger, som kildekritikk og undersøkende journalistikk. 4) Kritisk journalistikk som et resultat vil si et resultat av de tre overnevnte punktene. Dette resultatet kan fremkomme ved avdekningen av kritikkverdige forhold.

## 4. Metode

---

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for oppgavens metodiske tilnærming. Med utgangspunkt i problemstillingen og det teoretiske grunnlaget, fant jeg en kvalitativ tilnærming hensiktsmessig. Det skriftlige datagrunnlaget er medlemsbladene i DNFF, med vekt på syv utvalgte fagblader og en artikkel eller artikkelserie fra hvert blad. Data fra de muntlige kildene er samlet inn ved hjelp av intervjuer med fagbladenes redaktører og journalistene av de utvalgte tekstene. For å komme frem til mitt utvalg har jeg kategorisert medlemsbladene i DNFF. Deretter har jeg benyttet meg av tekstanalyse og kvalitative forskningsintervju for å tilnærme meg problemstillingen. Metodiske utfordringer, med vekt på generaliserbarhet, validitet og reliabilitet diskuteres avslutningsvis.

### 4.1 Kvalitativ forskning

Denne oppgaven er en kvalitativ studie av fagpressen, og hva som kjennetegner dens kritiske journalistikk. Kvalitative metoder egner seg til godt til studier av temaer det er lite forskning på fra før (Thagaard, 2003:12). Kvalitativ forskning baserer seg på et vidt spektrum av metoder for innsamling av data, som intervju, observasjon og analyser av dokumenter (ibid). I denne oppgaven har jeg valgt å benytte kvalitativt intervju og tekstanalyse, samt en kategorisering av fagbladene. Oppgaven begynte som en eksplorerende studie hvor min problemstilling ikke var fast definert. Hensikten med eksplorerende studier, er å utforske felt det er liten kunnskap om fra før, og de har derfor ofte et deskriptivt preg (ibid:15). Dette deskriptive preget vises i mitt bakgrunnskapittel om fagpressens forutsetninger. Ettersom det er lite tidligere forskning på fagpressen, mente jeg det var nødvendig å innledningsvis beskrive pressegruppen, forut for en næranalyse.

Jeg tilnærmet meg forskningsområdet gjennom bakgrunssamtaler med ansatte i DNFF, samt ved deltagelse på seminarer og konferanser for fagpressen. Slik kom jeg i kontakt med ulike blader. Jeg fikk videre tilgang til alle medlemsbladene i DNFFs arkiv. Oppgaven har en hermeneutisk tilnærming, hvor jeg har vært åpen for mulige kunnskaper, fordommer, normer og vurderinger underveis, som kan ha betydning for min tolkning (Østbye et. al. 2007:19). En hermeneutisk prosess, der jeg alternerer mellom deler og helheter i fagblader, intervjuer, tekster, bakgrunssamtaler, samt egen forkunnskap og forståelseshorisont er karakteristisk for min tolkningsprosess (ibid). Etter en gjennomgang av fagblader, samtaler med DNFF og ulike redaksjoner etablerte jeg etter hvert god kjennskap til fagpresseområdet. Ut fra dette oppstod

problemstillingen *Hva kjennetegner den kritiske journalistikken i fagpressen?* Metode- og teorivalg, systematisk innsamling av data, samt analyseprosessen ble definert ut i fra denne problemstillingen.

Der kvantitative metoder søker utbredelse og antall, går kvalitative metoder i dybden og omhandler prosesser som tolkes i lys av den konteksten de inngår i (Thagaard, 2003:16). Ettersom min problemstilling er eksplorerende og søker svar på hva som kjennetegner den kritiske journalistikken i fagpressen, ønsket jeg nærhet til enhetene. Min empiri baseres på hva de ulike redaksjonene selv legger i kritisk journalistikk og hvordan dette kan påvirke redaksjonelle og journalistiske valg. Tekstanalysen tolker hvordan dette fungerer i praksis. Slik benytter jeg et induktivt forskningsopplegg, hvor en fortolkning kobler teori og empiri (Grønmo 2007:37). Dette, i motsetning til deduktiv forskning, hvor man bestemmer problemstillinger, gjerne hypoteser, ut fra teori og tester disse i et hypotetisk-deduktivt opplegg (ibid). Ved å fortolke min empiri i lys av foreliggende teori om kritisk journalistikk vil jeg kunne si noe om hva som kjennetegner den kritiske journalistikken i fagpressen. Dette foreligger det ingen forskningskunnskap om, og induktive opplegg er gjerne hensiktsmessige når en skal undersøke fenomener som ikke har vært gjenstand for tidligere forskning (ibid:38). Jeg tar imidlertid ikke sikte på å generere ny teori. Den teoretiske forankring er med på å gi perspektiver til fortolkningen av dataene. Slik nærmer jeg meg et abduktivt opplegg, hvor det dialektiske forholdet mellom teori og empiri fremheves (Thagaard 2003:174). For å styrke oppgavens etterprøvbarhet, vil jeg i det videre gi en detaljert beskrivelse av mine metodiske valg.

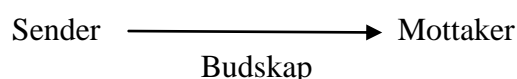
## **4.2 Kategorisering**

Utvalget mitt er begrenset til fagblader med medlemskap i DNFF. En slik avgrensning er for det første hensiktsmessig for å moderere en omfattende pressegruppe til en håndterlig størrelse. For det andre er foreningens formelle krav til sine medlemsblader forenelig med min fagpressedefinisjon (se kapittel 2.2.1). Store variasjoner finnes imidlertid også blant fagbladene som omfattes av denne definisjonen. Ulike utgivere, målgrupper, innhold og funksjoner gjør at fagbladene kan fremstå som ulike journalistiske produkter, samt ha ulike forutsetninger for å bedrive kritisk journalistikk. Jeg har derfor valgt å kategorisere fagbladene. Dette har resultert i de syv kategoriene; yrkesblader, bransjeblader, hobby- og interesseblader, livssituasjonsblader, kunnskapsblader, sektorpolitiske blader og idealistiske blader. Min kategorisering kan kalles et metodisk forarbeid, som har vært en forutsetning for

videre utvalg av fagblader. Ved å foreta et utvalg fra de ulike kategoriene har jeg muligheten til å gå i dybden på syv blader, samtidig som jeg beholder oversikten over fagpressens mangfold. Jeg vil her forklare hvordan jeg har kommet frem til disse syv kategoriene. En beskrivelse av selve kategoriene finnes i kapittel 5.

Kategorisering benyttes ofte ved analyse av kvalitative data. Dette vil si å inndelegge datamaterialet, slik at fenomener med bestemte felles egenskaper samles i separate kategorier (Grønmo 2007:418). Kategorisering har dermed likhetstrekk med kvalitativ innholdsanalyse. Denne metoden bygger på systematisk gjennomgang av dokumenter, med sikte på å kategorisere innhold og registrere relevante data i forhold til problemstillingen (ibid:187).

I utgangspunktet ønsket jeg å kategorisere fagbladene etter deres innhold, fordi det er journalistikken jeg skal se nærmere på. Det viste seg imidlertid at både innhold og journalistikk i stor grad også avhenger av bladets utgiver, målgruppe og funksjon. Med funksjon mener jeg hvordan bladens tekster virker overfor leserne og samfunnet. Hvem man skriver for og til, kan med andre ord påvirke den kritiske journalistikken. Min kategorisering baseres derfor på en balansegang mellom fagbladens utgivere, målgrupper, innhold og funksjon. Denne inndelingen tar utgangspunkt i den klassiske kommunikasjonsmodellen skissert nedenfor:



I dette tilfellet vil sender være utgiver, budskapet være bladets innhold og funksjon, mens mottaker vil være bladets målgruppe.

Før jeg utarbeidet egne kategorier benyttet jeg meg av DNFFs arkiv for å få en oversikt over alle bladene. Ettersom foreningen har 223 medlemsblader så jeg hovedsakelig på én utgivelse per blad. Jeg tok utgangspunkt i bladens første utgivelse i 2009, såfremt dette eksemplaret fantes i arkivet. Jeg benyttet meg også av fagpressekatalogen og bladens egne nettsider for å skaffe meg en større oversikt over bladens profil. Ved gjennomgang av bladene registrerte jeg utgiver og målgruppe, samt opplysninger om innholdet, som sidetall, antall annonser, antall artikler og om disse var fagartikler, antall debattartikler og sider med kommentarer og ledere. Jeg krysset også av om bladene eksempelvis inneholdt produktbeskrivelser og informasjon om utgiver. Denne prosessen gjorde meg kjent med de ulike fagbladene. På



bakgrunn av denne informasjonen utviklet jeg de syv kategoriene, som jeg mener omfavner de mest dominerende trekkene ved de ulike bladtypene. Deretter plasserte jeg hvert enkelt blad inn i sin kategori. En fullstendig oversikt over bladenes kategoritilhørighet finnes i vedlegg 1.

I utviklingen av kategorier tok jeg også høyde for kategorier benyttet i tidligere publikasjoner om fagpressen. Disse kategoriene, som vil presenteres nærmere i kapittel 5, har imidlertid vektlagt ulike elementer og er derfor forskjelligartede. Dette viser at det ikke finnes noen fasit for riktig kategorisering av fagblader. Samtidig kan et blad passe inn i flere ulike kategorier. I en markedsundersøkelse utført av DNFF, hvor bladene ble bedt om å krysse av for en kategori, hadde en rekke blader selv problemer med å plassere seg, og krysset derfor av ved flere kategorier. Svakheten med en kategorisering, er derfor at en reduksjonisme lar noen egenskaper dominere, slik at fagbladenes nyanser kan forsvinne. Jeg anser allikevel en sortert fremstilling av fagbladene som en nødvendig forenkling, for å skaffe en bedre oversikt over den sammensatte pressegruppen.

#### **4.3 Utvalg av fagblader og artikler**

Jeg velger å undersøke problemstillingen min med utgangspunkt i de syv fagbladene; *Sykepleien* (yrkesblad), *Handelsbladet FK* (bransjeblad), *Jakt & Fiske* (hobby- og fritidsblad), *Psykisk helse* (livssituasjonsblad), *Apollon* (kunnskapsblad), *Kommunal Rapport* (sektorpolitisk blad) og *Budbæreren* (idealistisk blad). Utvalget består videre av en artikkel eller artikkelserie fra bladenes 2009 utgaver, samt et intervju med bladets redaktør og artikkelens journalist. Ved å velge et blad fra hver kategori representeres mangfoldet av fagblader, og jeg oppnår en tilstrekkelig bredde for å besvare problemstillingen. Samtidig vil nærstudiet av utvalgte fagblader gi en ønsket dybde.

Utvalget av fagblader fra de ulike kategoriene, er basert på vinnere av Fagpressens Journalistpris de siste 10 årene<sup>18</sup>. Der det ikke foreligger et vinnerblad i kategorien, har jeg basert utvalget på dem som har mottatt hederlig omtale. Å foreta et utvalg basert på blader med tidligere vinnertekster, anser jeg som nyttig av flere grunner. For det første antyder bladenes innsendte bidrag at de har en interesse og jobber for å skape et godt journalistisk

---

<sup>18</sup> 1999-2009.

produkt. Slik jeg har erfart av intervjuene, blir innsendelse av tekst til denne prisen på mange måter en målestokk for om man har innfridd sine journalistiske mål:

Jeg tror det gjelder for alle redaksjoner at når man ser seg tilbake i januar og ikke kan finne én artikkel man kunne håpet å vinne en pris for, så er det egentlig noe gærent etter mitt skjønn. Det handler litt om journalistisk stolthet (Tholens, 05.03.2010).

For det andre blir vinnertekstene en pekepinn på hva bladene og juryen har ansett som god journalistikk. Selv om jeg ikke setter likhetstegn mellom god journalistikk og kritisk journalistikk, er det innlysende at juryen har vektlagt elementer som kjennetegner kritisk journalistikk ved prisutdelingen. Jurybegrunnelsen, så sent som i 2009, er et eksempel på dette. Prisen gikk da til journalist Bjørn Åge Mossin i fagbladet *Journalisten* for hans dekning av striden mellom investoren Arne Fredly og *Dagens Næringsliv*<sup>19</sup>. Her berømmes en kritisk journalistikk som påpeker kritikkverdige forhold rettet mot egen målgruppe:

[...] her har vi en journalist som har turt å utfordre sin egen yrkesgruppe – det vil si kjernemålgruppen. Dette er journalistisk integritet på høyt nivå! Kort sagt: Glitrende kritisk journalistikk på egen hjemmebane (Juryomtale).

Der juryen tidligere har berømmet den kritiske journalistikken, skaper vinnertekstene et sammenligningsgrunnlag for i hvilken grad denne journalistikken er fremtredende i dagens blad. Opprinnelig ønsket jeg å analysere selve vinnerteksten, men forsto at en sammenligning av vinnertekster fra eksempelvis år 2000 og 2009 ikke yter bladene rettferdighet, da både bladene og vektlagte verdier, kan ha gjennomgått betydelige forandringer i løpet av disse årene. Jeg har derfor tatt utgangspunkt i bladenes 2009 utgaver. Artikkelen for videre analyse, er valgt etter en gjennomgang av bladenes samtlige utgivelser dette året. Utvalget er basert på artikler jeg anser å inneha elementer av kritisk journalistikk. Disse kriteriene innebærer i hovedsak at artiklene belyser kritikkverdige forhold innenfor eller med tilknytning til bladets fagområde. Da fagbladene innhold og journalistiske fokus er forskjellig, viste det seg imidlertid at forekomsten av slike artikler også varierte. Tekstene jeg har valgt, er dermed meget forskjellige, noe som stadfester variasjonsbredden i fagpressens journalistikk. Bakgrunnen for valg av artikler vil forklares nærmere i analysen av hvert enkelt blad.

---

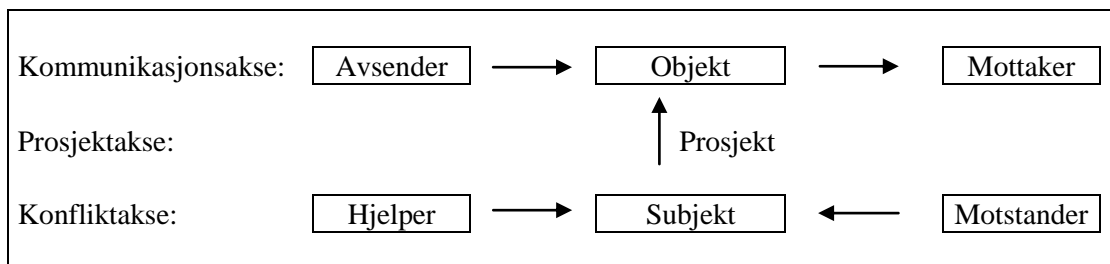
<sup>19</sup> *Journalisten* satte et kritisk søkelys på *Dagens Næringslivs* gravejournalistikk om investor Arne Fredly. Fredly mente DN publiserte ærekrenkende artikler om innsidehandel. DN ble felt i PFU 27. mai 2009 (*Journalisten.no*, 13.03.2009)

#### 4.4 Tekstanalyse

Tekstanalysen består av to deler. Først fant jeg det nødvendig å beskrive bladet og dets innhold, slik at lesere som ikke kjenner fagbladet skulle få et innblikk i utgiver, hvem det retter seg mot, samt i dets journalistikk og særpreg. Denne prosessen var også viktig for meg, da det å sette ord på bladenes likheter og ulikheter gjorde meg kjent med deres profil i forkant av intervjuet. En del elementer går igjen i beskrivelsene, som utgiver, innhold og målgruppe. Jeg forklarer også i hvilken grad bladene plasserer seg innen sin respektive kategori. Utover dette har jeg trukket frem ulike sider ved bladene, for å få frem deres sjangermessige egenart. Jeg så på hva som preger deres journalistikk, og stilte spørsmål underveis om hvordan dette kan ha innvirkning på den kritiske journalistikken.

I tekstanalysens andre del har jeg gått i dybden på en utvalgt tekst. ”I tekstanalyser stiller forskeren spørsmål til teksten, spørsmål som springer ut av et ønske om å vite noe om en bestemt tekst eller en type tekster” skriver Østbye et. al. (2007:57). I min tekstanalyse ønsket jeg å finne svar på hva som gjorde disse tekstene til eksempler på kritisk journalistikk, hvem kritikken ble rettet mot, og hvordan dette ble gjennomført. Ved utvelgelsen av tekster, var derfor utgangspunktet artikler som tok opp et kritikkverdig forhold. Dermed oppnådde jeg en viss likhet i de utvalgte artiklene. Jeg ønsket å se hvor mange kilder som ble benyttet og hvordan disse ble presentert.

For å se på artiklenes bruk av roller og deres relasjoner benytter jeg Algirdas Greimas aktantmodell. Greimas presenterer ”Le modèle actantiel mythique” i boken *Sémantique structurale* (1966) oversatt til dansk i *Strukturel semantik* (1974). Greimas utviklet modellen for teksters fortellerstruktur, blant annet basert på Vladimir Propps analyser av russiske folkeeventyr (Greimas, 1974:35). Greimas ser på fortellingens aktanter og forholdet dem i mellom, slik figur 3 illustrerer:



Figur 3

Modellen tar utgangspunkt i at fortellingens subjekt, gjennom sitt prosjekt, ønsker å oppnå et objekt. Objektet ligger mellom avsender og mottaker og oppnås ikke uten konflikt. Subjektet

møter både motstand fra sine fiender og bistand fra sine hjelpere (ibid:287). Selv om modellen er basert på analyser av folkeeventyr, kan den også benyttes som en analysemodell for nyhetsfortellinger (Hågvar 2007:98). Hensikten med å benytte denne er å systematisere hvem som plasseres som ”hjelpere” og ”fiender” i de utvalgte tekstene. Slik fikk jeg, i min tekstanalyse, oversikt over hvem som fikk rollen som motstander og dermed implisitt hvem kritikken ble rettet mot. Åsfrid Svendsen påpeker at denne modellen har blitt brukt og misbrukt. Misbruket fremkommer når ”modellen presses ned over teksten uten å ta hensyn til om den virker klargjørende eller ei” (Svendsen 1992:178). Svendsen henviser til bruk av modellen på episke verk, men misbruket kan også overføres til andre sammenhenger. Svendsen påpeker at rare krumspring gjøres for å fylle ut avsender- og mottakerplassen, mens modellen kan være et godt hjelpemiddel for å belyse motgang og medgang i prosjekt- og konfliktaksen (ibid). Jeg erfarte i min analyse at noen av artiklene passet godt i modellen, mens andre artikler hadde en struktur som gjorde det problematisk å fremtvinge et rollemønster. For ikke å misbruke aktantmodellen har jeg derfor ikke presset modellen over artiklene. Den er hovedsakelig blitt benyttet som et hjelpemiddel i tekstanalysen og vil ikke presenteres i sin helhet i analysen. Modellen har også vært et godt hjelpemiddel for å analysere frem tekstens tema.

Tekstanalysen gir meg svar på hvem og hvordan kritikk rettes i de enkelte fagbladene. Hvilke kilder de benytter, og hvordan kildene fremstilles. Jeg ønsket imidlertid å kombinere mine tolkninger av fagbladene og deres artikler med redaksjonens egne tanker. Min problemstilling forutsetter ikke bare en analyse av tekstenes kvaliteter, men også en analyse av informantenes meninger. Å kombinere tekstanalyse med kvalitative intervju gjorde det derfor mulig å belyse problemstillingen fra to perspektiver. Det kvalitative intervjuet gir svar på hva informantene selv legger i kritisk journalistikk, og hvilke forhold de mener påvirker denne. Ved hjelp av intervjuet kunne jeg også finne ut hva informantene mente med teksten, hvem de ønsket å rette kritikk mot og eventuelle etterspill. På mange måter ble teksten en inngangsport til bladets kritiske journalistikk. Ved hjelp av intervjuet kunne jeg også sammenligne den utvalgte teksten med andre artikler informantene mente var kritiske. På grunn av denne oppgavens format, har jeg ikke anledning til å presentere tekstanalysene i sin helhet. Jeg vil derfor kun benytte noen av tekstene som eksempler i den tematiske intervjuanalysen<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Av den grunn er kun to av de analyserte tekstene vedlagt. Dette er tekstene hentet fra *Sykepleien* og *Handelsbladet FK* (se vedlegg 5).

#### 4.5 Kvalitativt intervju

Formålet med kvalitativt forskningsintervju, er å forstå sider ved intervjupersoners dagligliv, sett fra deres eget perspektiv (Kvale og Brinkmann 2009:44). Der den tekstanalytiske tilnærmingen muliggjorde en nærlesning av fagbladenes journalistikk, vil det kvalitative intervju belyse bladenes egne redaksjonelle tanker. Ved hjelp av intervju ønsket jeg dermed å forstå den kritiske journalistikken sett fra redaksjonenes egen synsvinkel.

Det finnes ulike typer kvalitative intervju, basert på graden av spørsmålenes forhåndsdefinerte innhold og rekkefølge (Østbye et. al. 2007:99). Ustrukturerte intervjuer har lite forhåndsdefinerte temaer og spørsmål, mens strukturerte intervjuer har klare forhåndsdefinerte spørsmål (ibid:100). Jeg valgte å benytte et semistrukturert intervju, der en kombinasjon av forhåndsdefinerte spørsmål og andre mer åpne spørsmål ga rom for intervjuobjektens egne refleksjoner. Noen faktarettede spørsmål skulle klargjøre ulike sider ved fagbladenes organisering og produksjon, mens de åpne spørsmålene ga innsikt i fagbladets bevissthet. Slik ga intervjuene for det første et bidrag til informasjon om deres organisasjon. For det andre ga intervjuet innblikk i oppfatninger av ulike begrep, i hvilken grad redaksjonene var bevisste vinklinger og journalistiske virkemidler og hvordan dette igjen kan påvirke den kritiske journalistikk. Semistrukturerte intervjuer blir gjerne utført i overensstemmelse med en intervjuguide, som sirkler inn forhåndsbestemte temaer (Kvale og Brinkmann 2009:47). Ved ikke å ha et fullstendig strukturert opplegg fikk jeg mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål og la informantene komme med egne refleksjoner. En intervjuguide med klargjorte spørsmål ble allikevel utarbeidet og benyttet, om ikke stringent. Dette ble gjort fordi en sammenligning av intervjuene i etterkant ville vist seg vanskelig dersom informantene svarte på helt ulike spørsmål.

I hvert fagblad intervjuet jeg både redaktøren og journalisten av den utvalgte teksten. I journalistintervjuet stilte jeg innledningsvis spørsmål om saksprioriteringer, målgrupper og roller. Deretter fokuserte jeg på temaer rundt kritisk journalistikk, som hva informantene la i begrepet, vanskeliggjøring av kritisk journalistikk og eventuelle etterspill. Avslutningsvis stilte jeg spørsmål angående den utvalgte teksten. Redaktørintervjuet inneholdt hovedsakelig de samme spørsmålene, men søkte samtidig et mer overordnet blikk over bladets profil og redaksjonens prioriteringer. På bakgrunn av dette utarbeidet jeg separate intervjuguider for redaktørene (se vedlegg 2) og for journalistene (se vedlegg 3). Selv om jeg tok utgangspunkt i intervjuguidene, justerte jeg enkelte spørsmål for hvert intervju, i forhold til bladets profil.

Særlig under temaet ”kritisk journalistikk” tok jeg hensyn til om bladet selv legger vekt på betydningen av kritisk journalistikk i sin egenomtale. I spørsmålsstillingen passet jeg på å spørre hva de la i uttrykket kritisk journalistikk, før jeg stilte spørsmål som kunne gi uttrykket føringer, som ”i hvilken grad mener du det er deres oppgave å belyse kritikkverdige forhold innen deres fagfelt?”. Dette ble gjort for ikke å styre deres oppfatning av kritisk journalistikk i en gitt retning. I forkant av intervjuene oversendte jeg noen spørsmål per e-post for å korthet selve intervjuet. Disse spørsmålene gikk på personlig informasjon om informanten og om redaksjonens organisatoriske forhold. Svarene ga meg en innsikt i fagbladets journalistiske forutsetninger og i informantens erfaringer i forkant av intervjuet. Disse spørsmålene er inkludert i de vedlagte intervjuguidene. Før intervjuprosessen ble satt i gang, foretok jeg testintervjuer på medstudenter. Slike prøveintervjuer er viktig for å kunne forbedre intervjuet (Thagaard 2003:86). Dette ga meg muligheten til å omformulere uklare spørsmålsstillinger, samtidig som jeg fikk en indikasjon på intervjuets varighet.

#### 4.5.1 Utvalg av informanter

Utvelgelsen av redaktør- og journalistinformanter fulgte som en naturlig forlengelse av mitt blad- og artikkelutvalg. Til sammen utgjør dette 13 intervjuer, ettersom redaktøren i *Budbæreren* ble intervjuet både som redaktør og journalist. Studiet baseres på et strategisk utvalg, hvor informantene innehar egenskaper og kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til undersøkelsen av problemstillingen (Thaagard, 2003:53). Tabell 3 viser en oversikt over informantene:

Fagblad	Redaktør	Journalist
Apollon	Trine Nickelsen	Yngve Vogt
Budbæreren	Anne-Kristine Wiecek	<sup>21</sup>
Handelsbladet FK	Are Knudsen	Marit Haugdahl
Jakt & Fiske	Ole Kirkemo	Torgeir W. Skancke
Kommunal Rapport	Ragnhild Sved	Jan Inge Krossli
Psykisk helse	Cathrine Th. Paulsen	Bente Thoresen
Sykepleien	Barth Tholens	Marit Fonn

Tabell 3

I det følgende vil jeg gi en kort presentasjon av informantene.

**Apollon;** I *Apollon* var valg av informanter enkelt da bladet kun har to redaksjonelt ansatte, redaktør Trine Nickelsen og journalist Yngve Vogt. Nickelsen har fungert som redaktør i

<sup>21</sup> Redaktør Anne-Kristine Wiecek er også journalist av den utvalgte artikkelserien.

*Apollon* siden 2007 og skrevet enkeltartikler for bladet fra 2000. Vogt har vært journalist i bladet siden 2004 og mottok hederlig omtale i Journalistprisen i 2009.

**Budbæreren;** Anne-Kristine Wiecek har fungert som *Budbæreren*s redaktør i 3,5 år. Hun har tidligere vært deltidsjournalist i bladet. Også *Budbæreren* har én fast journalist, men Wiecek fungerer som en skrivende redaktør, og har forfattet den utvalgte teksten.

**Handelsbladet FK;** *Handelsbladet FK* har to redaktører, hvorav Are Knudsen tituleres som sjefsredaktør, mens Kjell Evensen er bladets fagredaktør. Jeg valgte å intervju Knudsen, da han er den aktive redaktør som skriver bladets lederartikler. Knudsen har vært i *Handelsbladet FK* i 3,5 år. Journalist av den utvalgte teksten er Marit Haugdahl. Hun har skrevet for bladet i 1 år.

**Jakt & Fiske;** *Jakt & Fiske* har to redaktører, hvorav Ole Kirkemo er ansvarlig redaktør og Leif Øystein Haug tituleres som redaktør. Jeg valgte å intervju Kirkemo fordi han er den aktive redaktør og forfatter *Jakt & Fiske*s lederartikler. Kirkemo har vært ansatt i bladet siden 1986. Journalist Torgeir W. Skancke, som har forfattet den utvalgte teksten, har vært i *Jakt & Fiske* i 15 år. Han har i dag en 50 % stilling, men jeg mener han er en kvalifisert informant grunnet hans lange fartstid og kjennskap til bladet. Jeg vil ta høyde for hans deltidsstilling i intervjuanalysen. Skancke vant Journalistprisen i 2003.

**Kommunal Rapport;** *Kommunal Rapport* har også to redaktører. Ragnhild Sved er redaktør, mens Britt Sofie Hestvik er ansvarlig redaktør. Deres funksjon er stort sett den samme, og de deler på å skrive bladets leder. Jeg valgte å intervju Sved da hun har lengst fartstid i bladet, siden 1994. Journalist Jan Inge Krossli har vært journalist i *Kommunal Rapport* siden 2008.

**Psykisk helse;** I *Psykisk helse* intervjuet jeg redaktør Cathrine Th. Paulsen. Hun har vært redaktør det siste året, men har en fartstid på 6 år i bladet. Journalistinformanten Bente Thoresen har vært i bladet i 10 år og fungerte som redaktør frem til 2009. Thoresen vant Journalistprisen i 2002.

**Sykepleien;** I *Sykepleien* intervjuet jeg redaktør Barth Tholens. Han har vært redaktør siden 2004. Journalist Marit Fonn har vært i *Sykepleien* i nesten 20 år. Hun har vunnet Journalistprisen flere ganger, sist i 2007.

Førstegangskontakt med informantene ble opprettet per telefon, siden oversendte jeg en e-post med utfyllende informasjon om meg selv, hva mitt forskningsprosjekt gikk ut på og hvorfor jeg ønsket å intervju dem. Jeg henvendte meg på telefon først, slik at min e-post ikke skulle forsvinne i en eventuell hektisk innboks. Redaktøren ble kontaktet først, deretter journalisten. Reaksjonene var positive, og de fleste sa ja på telefonen, mens andre samtykket etter å ha lest

min e-post. I ett tilfelle fikk jeg imidlertid ikke intervjuet ønsket blad, fordi permisjoner ga en allerede hardt presset redaksjon et enda strammere tidsbudsjett. Dette førte til at jeg byttet blad, fordi jeg mente intervjuer med de analyserte bladene utgjorde et svært viktig element i min metode. Noe ekstra tid gikk derfor til å finne nytt blad fra samme kategori, samt å gjennomføre nye beskrivelser og analyser.

Foruten disse informantene intervjuet jeg også DNFFs administrerende direktør, Even Trygve Hansen. Dette intervjuet ble hovedsakelig brukt som bakgrunnsinformasjon og supplerte den mangelfulle litteraturen om fagpressen.

#### **4.5.2 Gjennomføring av intervjuene**

Da alle informantene holdt til i Osloområdet, fikk jeg intervjuet informantene ansikt-til-ansikt. En slik direkte intervjusituasjon, hvor informantens kroppsspråk, stemme og ansikt medregnes, gir en nyansert tilgang til informantenes meninger (Kvale og Brinkmann 2009:142). Alle intervjuene ble tatt opp på bånd etter informantenes samtykke. Jeg fikk hovedsakelig dekket alle spørsmålene fra intervjuguiden, men ikke nødvendigvis i lik rekkefølge. Jeg var fleksibel i forhold til rekkefølgen, alt ettersom svarene informantene ga. I tillegg noterte jeg viktige poeng underveis, som la grunnlaget for oppfølgningsspørsmål. Intervjuene tok i snitt 45 minutter.

#### **4.5.3 Temabasert intervjuanalyse**

Min intervjuanalyse har en temasentrert tilnærming. Her inndeles teksten i kategorier som representerer sentrale temaer i undersøkelsen. Analysen innebærer en sammenligning av informasjon fra alle informantene om hvert tema (Thaagard 2003:153-154). Videre har min analyse bestått av en ad hoc anvendelse, der intervjuanalysen baseres på et samspill av ulike metodiske tilnærminger (Kvale og Brinkmann 2009:240).

Jeg tilnærmet meg materialet ved først å transkribere intervjuene. Transkripsjon betyr å skifte fra en form til en annen, og når tale omgjøres til skrift kan meningsavgjørende faktorer som stemmeleie og kroppsspråk gå tapt (Kvale og Brinkmann 2009:187). Jeg har derfor i min videre analyse vært oppmerksom på at det er *intervjuene* jeg analyserer, og ikke *transkripsjonen*. Ettersom jeg selv har utført intervjuene, transkriberingen og analysen, mener jeg å ha ivaretatt den opprinnelige samtalens sosiale samspill (ibid).



Intervjuene ble lest flere ganger, samtidig som jeg stilte ulike spørsmål til teksten. Jeg spurte blant annet hva informantene selv legger i begrepet kritisk journalistikk, hva som kjennetegner deres forhold til utgiver, hva som kan vanskeliggjøre den kritiske journalistikken, hvem og hva rettes kritikken mot og hvordan det arbeides med kildene. I margen konsentrerte jeg deres uttalelser og jeg samlet enkelte uttalelser i et felles dokument for lettere å sammenligne svarene. Samtidig lagde jeg egne skjemaer hvor de ulike meningene ble sidestilt. Slik la jeg lettere merke til mønstre og kunne sammenligne og kontrastere uttalelsene, og finne likheter og forskjeller i fagbladene og kategoriene (Kvale og Brinkmann 2009:240).

Thaagard presiserer at når utsnitt av informasjon fra hver enkelt informant løsrives fra sin opprinnelige sammenheng, kan man miste et helhetlig perspektiv (Thaagard 2003:153). Jeg har derfor lest intervjuene horisontalt og vertikalt. Horisontalt vil si at jeg så på ulike eller sammenfattende svar på tvers av informantene. Vertikalt vil si at jeg søkte sammenhenger i den enkelte informants svar. Jeg har dermed lest informantens svar i sammenheng med foregående svar og således beholdt et helhetsorientert perspektiv. Dette viste seg særlig viktig da informantene kunne ilegge ulike betydninger til uttrykket kritisk journalistikk, noe som igjen farget deres oppfatning rundt utførelsen av den. Noen av spørsmålene var mer faktarettet og har blitt benyttet som bakgrunnsinformasjon. Enkelte sitater er derfor fremvist i forkant av analysekapittelet. I intervjuanalysen knytter jeg temaene opp til tekstanalysen. Jeg valgte å kombinere analysene og drøftingen i samme kapittel, fordi en presentasjon av datamaterialet vanskelig finner sted uten en fortolkning.

#### **4.6 Metodiske utfordringer**

Jeg anser mitt utvalg som håndterlig innen denne oppgavens format og tilstrekkelig for å kaste lys over problemstillingen, selv om det også kan framsettes argumenter for en utvelgelse basert på andre grunnlag. Ettersom bladene selv sender inn tekster til Fagpressens Journalistpris, er ikke mitt utvalg representativt for all journalistikk i fagpressen, ei heller blant DNFFs blader. Andre redaksjonelle prioriteringer kan ligge bak mangelen på deltagelse, mens flere har sendt inn bidrag til vurdering uten å nå opp. Å se nærmere på de ikke-deltagende bladenes redaksjonelle valg og utførelse av kritisk journalistikk kunne også vært interessant. Samtidig vil en utvelgelse av blader med fokus på deltagelse i Journalistprisen gi et utvalg av blader på grenseland innen sin kategori, dette fordi de ikke er utvalgt som typiske

for sin kategori. Jeg mener allikevel at dette ikke er til hinder, men er med på å vise bladenes kompleksitet og utfordringen ved å plassere dem i strengt definerte kategorier.

I en kvalitativ undersøkelse vil behovet for nærlesning gi et mindre utvalg av materiale enn ved kvantitative studier. Et utvalg stiller derfor krav til at valg av tekster er nøye forberedt og avveid. Mitt innledende kapittel om fagpressen generelt og dens forutsetninger, samt inndelingen i kategorier, har derfor vært en del av den analytiske prosessen som har ført frem til utvalget mitt. Ved å beskrive fagpressens område og studere de 223 bladene med medlemskap i DNFF, mener jeg å ha etablert en viss forståelse for representativiteten i mitt utvalg, samt opparbeidet en evne til å trekke linjer også utenfor utvalget.

#### **4.6.1 Generalisering, validitet og reliabilitet**

Østbye et. al. skriver at det i vurderingen av et forskningsprosjekts metodiske kvalitet er vanlig å undersøke dets generalisering, validitet og reliabilitet (Østbye et. al. 2007:118). Generalisering omfatter hvorvidt analysens funn kan gjøres allmenngyldige (ibid). Validitet betyr gyldighet og dreier seg hovedsakelig om relevansen av data og analyse i forhold til problemstillingen - måles det en tar sikte på å måle? (ibid:25). Reliabilitet betyr pålitelighet og gjelder kvaliteten på innsamlingen, bearbeidingen og analysen av data (ibid:26). Stor grad av reliabilitet og validitet forutsettes for å kunne generalisere (ibid:118).

De kvalitative intervjuene ble tatt opp på bånd, og jeg fikk en mer detaljert dokumentasjon enn om jeg kun benyttet notater. Østbye et. al. presiserer at dette kan styrke prosjektets reliabilitet og i enkelte tilfeller dets validitet (ibid). Reliabiliteten i intervjuet kan imidlertid svekkes dersom informanten ikke uttaler seg naturlig på grunn av opptakerens eller min egen tilstedeværelse (ibid). Jeg forsøkte å minimere min innflytelse på intervjuobjektet ved ikke å stille ledende spørsmål. Samtidig anså jeg ikke opptaksutstyret som hemmende, da informantene selv har kjennskap til slikt utstyr fra sitt journalistiske arbeid. Jeg var også klar over muligheten for at informantene svarte slik de gjerne vil fremstille seg selv og sitt blad. Jeg må derfor benytte meg av de samme kildekritiske metoder som forventes av journalister i deres arbeid. I etterkant av intervjuet lot jeg informantene godkjenne sitatene jeg benyttet i oppgaven. Dette medførte noen få språklige justeringer. Et mindretall av informantene ønsket imidlertid å endre sitatets meningsinnhold, noe som reiste noen etiske rapporteringsdilemmaer. Kvale og Brinkmann skriver at det ikke er lett å treffe avgjørelser om hvorvidt en rapport bør endres for å unngå forutsette konsekvenser (2009:276). I ett

tilfelle lot jeg sitatet stå noe moderert, etter enighet med informanten. I et annet tilfelle ble uttalelsen endret, etter ønske fra informanten – selv om sitatet mistet noe av sin ekspressive verdi (ibid).

Kvalitativ forskning består av fortolkning, og det er viktig å tydeliggjøre prosessene som fører frem til ens resultat. Ettersom man ikke kan fullstendig befri seg fra egen forforståelse har jeg derfor forsøkt å gi en tykk beskrivelse, med andre ord formidle egne fortolkninger (Thagaard 2003:171). I tillegg til bruk av de kvalitative metodene tekstanalyse og intervju, kunne kvantitative metoder ha styrket oppgavens grad av generalisering. Ved eksempelvis å benytte spørreskjemaer kunne jeg undersøkt kjennetegnene for samtlige fagbladets kritiske journalistikk. Intervjuene viser imidlertid at informantenes svar må leses i sammenheng med foregående svar. Å skille spørsmålene fra hverandre kan derfor fort ødelegge helhetsperspektivet rundt problemstillingen. I den sammenheng kunne intervjuene jeg har gjennomført i denne oppgaven, fungert som testintervjuer for utforming av et spørreskjema.

En metodisk triangulering går ut på å kompensere for svakheter ved en metode ved å benytte også andre metoder (Østbye et. al.2007:120). Selv om jeg ikke har kombinert min kvalitative studie med kvantitative forskningsmetoder, har jeg benyttet meg av tre ulike kvalitative tilnærminger. Der min kategorisering skaper et grunnlag for utvelgelse og forståelse for fagbladets journalistikk, gir tekstanalysen og intervjuene en dybde. Intervjuanalysen trekker på informantenes egne meninger, mens tekstanalysen bekrefter eller avkrefter deres utsagn. Ved å benytte en slik metodetriangulering styrkes tilliten til analyseresultatene, samtidig som et sprik mellom resultatene kan gi grunnlag for faglig fornyelse (ibid:20). At denne oppgaven ikke kan generalisere den kritiske journalistikken i alle fagblader, kommer jeg imidlertid ikke bort fra. Jeg mener allikevel at oppgaven kan bidra til å peke på *visse tendenser* innen fagbladets kritiske journalistikk.

## 5. Kategorisering av fagblader

---

I dette kapittelet presenteres kategoriene jeg har kommet frem til; yrkesblader, bransjeblader, hobby- og fritidsblader, livssituasjonsblader, kunnskapsblader, sektorpolitiske blader og idealistiske blader. En kategorisering av fagbladene anser jeg som viktig (se kapittel 4.3), for å gjøre pressegruppen mer oversiktlig. Samtidig vil en sortering av bladene kunne peke på ulike forutsetninger fagbladene har for å utøve kritisk journalistikk. Før kategoriene presenteres, vil jeg vise til tidligere benyttede kategorier som, sammen med min empiri, danner grunnlaget for egne kategorier. En oversikt over alle fagbladenes kategoriplassering og kategoriernes størrelsesforhold finnes i vedlegg 1.

Schantz (2002) mener den mest hensiktsmessige inndelingen av fagblader er etter deres utgiver, og benytter kategoriene organisasjonsblader, bransjeblader, blader fra det offentlige, fritid og sunnhet og kommersielle blader (Schantz, 2002:39-40). Organisasjonsbladene har, i følge Schantz, interesseorganisasjoner som utgivere, hvorav blader fra fagforeninger utgjør den største gruppen. Disse utgiverne ønsker å formidle informasjon og knytte medlemmene nærmere organisasjonen (ibid). Schantz mener bransjebladene ikke tar for seg lønns- og arbeidsvilkår, slik organisasjonsbladene ofte gjør, men fokuserer på næringspolitiske vilkår i vid forstand. Fagets utvikling og ivaretagelse av bransjemessige interesser står i fokus (ibid). Videre mener Schantz at blader fra det offentlige har typiske utgivere som universiteter, eller inneholder informasjon om offentlige ytelser. Hos fritids- og sunnhetsutgiverne plasserer Schantz medlemsforeninger som støtter sunnhetsmessige forhold (for eksempel Hjerteforeningen), eller som samler medlemmer med felles fritidsinteresser (for eksempel Dansk Golf). Til sist beskriver Schantz de kommersielle bladene, også omtalt som forlagsutgitte blader (ibid).

Sveen (1993) deler inn fagbladene både etter utgiver og innhold. Kategoriene basert på utgivere kaller hun interesseorganisasjoner, arbeidstakerorganisasjoner, arbeidsgiverorganisasjoner, forlag, enkeltpersoner, tidsskriftet selv, aksjeselskap, forskningsråd og stat/offentlig myndighet. Disse kategoriene har likheter med Schantz' kategorisering, men Sveen gir ingen videre forklaring. Derimot retter Sveen hovedsakelig sitt fokus mot innholdskategoriene, som hun kaller yrke, interesse, næring/bransje, idealisme, fagområder og hobby/idrett. Inndelingen er arbitrær, hvorav enkelte kategorier inneholder underkategorier. Interessekategorien blir derfor også omtalt som en hovedgruppe bestående av

rolle-, fritids-, hobby-, idretts- og idealistiske blader (Sveen, 1993:61). Slik blander Sveen de tidligere skisserte kategoriene interesse og hobby/fritid, noe som gir kategoriseringen en noe uoversiktlig fremstilling.

Bonde (1997) presenterer i *Kunnskap i tiden* et sektordiagram med prosentvis fordeling av bladtyper med medlemskap hos DNFF. Disse kategoriene er kunnskapsblader (dekker et fagområde), bransjeblader, interesseblader, yrkesrelaterte blader, idealismeblader og hobbyrelaterte blader (Bonde 1997:70). Bonde beskriver ikke kategoriene, og det kommer derfor ikke klart frem hvilke kriterier som legges til grunn. Jeg nevner allikevel hans sektordiagram ettersom jeg anser kategoriene titler som fornuftige.

Mine egendefinerte kategorier, som har lånt ideer til titler og systematisering fra ovennevnte kategorier, er også utviklet etter egen gjennomgang av fagbladene.

### **5.1 Yrkesrelaterte blader**

Yrkesrelaterte fagblader retter seg mot et bestemt yrke, en yrkesgruppe eller en profesjon, og utgjør en stor kategori innen fagpressen. Sveen omtaler slike fagblader som fagforeningsblader, mens Schantz benytter begrepet organisasjonsblader og understreker at fagforeningsblader utgjør den største gruppen (Schantz 2002:39). Sveen deler fagforeningsbladene videre inn i ulike grupper; fagforeningsblader som også er profesjonsblader, fagforeningsblader for en klart avgrenset yrkesgruppe, fagforeningsblader med medlemmer på en eller samme type arbeidsplass og fagforeningsblader utgitt av paraplyorganisasjoner (Sveen 1993:55). Utgivere har slik en sentral rolle i kategorien yrkesrelaterte fagblader, hvorav fagforeningsbladene utgjør den største gruppen. I denne gruppen plasseres LOs fagblader, som utgjør en stor del av norske yrkesfagbladene. Seks av LOs fagblader er medlemmer hos DNFF.

Disse bladenes målgrupper er arbeidstakere, ofte medlemmer av fagforeningene, hvor bladet er uløselig knyttet til ens medlemskap. En tannpleier, organisert i Norsk Tannpleierforbund, vil med andre ord tilsendes fagbladet *Tannstikka* i forlengelsen av sitt medlemskap. Da bladene har forbindelse med en forening, har de tidligere blitt ansett som en kvittering på innbetalt kontingent, noe som har endret seg i takt med fagbladenes journalistiske utvikling (*Klassekampen*, 12.09.2008). Det er imidlertid usikkert hvor mange av leserne som er aktive eller passive mottakere av bladet. Bladene, med opplag varierende etter yrkesgruppens

størrelse, kan med sine klart avgrensede målgrupper bli et møtepunkt og en identifikasjonsskaper innen en yrkesgruppe. I flere tilfeller signaliserer bladets navn klart hvilken gruppe bladet retter seg mot, som *Brannmannen* for ansatte i brannvesenet. Der bladene retter seg mot flere yrker, er disse yrkene ofte samlet i en felles fagforening, med likheter i yrkenes interesser og behov. Et eksempel på dette er *Fontene*, som utgis av Fellesorganisasjonen FO og tilsendes sosionomer, vernepleiere og barnevernspedagoger. Slike blader kan bidra til å styrke et tverrfaglig miljø. Enkelte blader retter seg mot hele profesjoners arbeidsfelt, som *Tidsskrift for Den norske legeforening*. Dette er et medisinsk tidsskrift med vitenskapelige artikler, men som medlemsblad for Den norske legeforening inneholder bladet også foreningsinformasjon. En slik forenings- og faginformatjon er innhold som gjerne skiller yrkesbladene fra for eksempel kunnskapsblader. Ellers har nyhetsartikler, direkte knyttet til arbeidstakernes jobbhverdag og reportasjer fra ulike arbeidsplasser en sentral plass i yrkesbladenes innhold. I flere blader følges reportasjene opp av faglige artikler, som holder leserne oppdatert på fagets utvikling. Enkelte blader inneholder også vitenskapelige artikler, innsendt av eksterne fagpersoner. Stikkord i yrkesbladenes formålsparagrafer, er å være debattorgan, formidle kunnskap og erfaringer, bringe nyheter, reportasjer og kommentarer.

## **5.2 Bransjeblader**

Bransjebladene knyttes ikke direkte til et yrke eller en profesjon, slik de yrkesrelaterte bladene gjør. Målgruppen er ofte bred, rettet mot en hel bransje, som i bladet *Tekstilforum*. Her er hele motebransjen målgruppen, uavhengig om leserne arbeider som skreddere eller designere. Samtidig retter bransjebladene seg ofte til bransjens leverandører.

Schantz beskriver bransjeblader som blader hvor utvikling av faget og ivaretagelse av bransjemessige interesser står i fokus (Schantz, 2002:39). I tillegg lager hun en kategori for kommersielle blader. Dette er blader som eksisterer fordi det er et kommersielt grunnlag for å utgi dem, og de er ofte utgitt av forlag (ibid:40). I denne bransjekategorien utgis noen blader på kommersielt grunnlag, og hovedvekten av de forlagsutgitte bladene kan plasseres her. Bransjebladene er sjelden medlemsblader og selges som oftest i løssalg eller via abonnement. Utgiverne av bransjebladene kan være kommersielle aktører, forlag, aksjeselskap eller næringsinteresser, men det er hovedsakelig målgruppen, bladenes fokus og innhold som plasserer blader innen bransjekategorien.

Innholdsmessig er bransjebladene ofte preget av kortere nyhetsartikler som tar ”temperaturen” på bransjen. En klar forbrukerprofil, med anmeldelser, tester og produktbeskrivelser er også vanlig. Slik kan bransjebladene fungere som en målestokk for hvor oppdatert ens eget ”utstyr” er. Ofte utgjør også annonser en stor del av bladet ved siden av den redaksjonelle teksten. Sveen forklarer at disse spiller på lag med hverandre hvor ”annonsene bør gi den positive produktinformasjonen, men redaksjonen ser helheten, sammenligner med andre lignende produkter - og trekker fram de negative sider (Sveen, 1993:59). Stikkord i bransjebladenes formålsparagrafer er å analysere trender, informere, samt å gi aktuelle nyheter og framtidsrettet fagstoff.

### **5.3 Hobby- og fritidsblader**

Hobby- og fritidsbladene omhandler interesser og hobbyer som først og fremst bedrives på fritiden. Bladene er ofte medlemsblader, utgitt av en forening eller et forbund. *Fjell og Vidde* går eksempelvis til medlemmene i Den Norske Turistforening, mens Norges Rytterforbund sender bladet *Hestesport* til sine medlemmer. Hobby- og fritidskategorien har dermed likhetstrekk med Schantz kategori ”fritid og sunnhet”. Schantz beskriver kategorien ved blader utgitt av medlemsorganisasjoner, som samler medlemmer med felles fritidsinteresser (Schantz 2001:40). Medlemsblader tilknyttet store, landsdekkende foreninger har høye opplag sammenlignet med abonnements- og løssalgsblader. I likhet med øvrige medlemsblader (som yrkesblader) er det imidlertid usikkert hvor aktive eller passive mottakerne er. Flere hobby- og fritidsblader kan også fås uavhengig av medlemskap, men relativt få selges separat.

Vi har i det moderne samfunn fått mer fritid – tid som gjerne fylles med ulike hobbyer og fritidsaktiviteter. Samtidig skaper bedre økonomi og et mangeartet samfunn grobunn for spesialiserte hobbyer og aktiviteter. I lys av dette fyller hobby- og fritidsbladene ulike funksjoner. For det første gir bladene inngående kunnskap om en fritidsaktivitet. En fjellvandrer kan eksempelvis få kunnskap om trygg ferdsel og riktig bekledning i *Fjell og Vidde*. Fagbladene fungerer slik som informasjonskilder. For det andre er denne informasjonen ofte dyptgående og spesialisert, slik at bladene kan tilby kunnskap man sjelden finner i generell uke- og dagspresse. At bladene eksempelvis forteller om riktig bekledning, viser også at de ofte har et forbrukerfokus. For det tredje har bladene ofte et underholdende og restituerende preg. Har man ikke anledning til å dra på en ønsket fjelltur, kan *Fjell og Vidde* tilby en substituerende reise i tekst og bilder. Som medlemsblad inneholder bladene ofte informasjon rettet mot eller om medlemmer (kalenderoversikt, resultatlister etc.), samt

informasjon om utgiverforeningen. De ovennevnte funksjonene understrekes i hobby- og fritidsbladenes formålsparagrafer, hvor stikkordene er å informere, gi tips og råd, inspirere og være et kontaktpunkt.

Noen av bladene inkludert i denne kategorien omhandler ikke typiske hobby- og fritidssysler. Noen er heller ikke tilknyttet en forening eller et forbund. To ytterliggående eksempler på dette er *Cupido* og *Skattebetaleren*. *Cupido* er et erotisk blad, som i innhold og journalistikk har form av underholdning og inspirasjon. *Skattebetaleren* omhandler skattereglene i Norge og belyser hvordan de slår ut i praksis. Å lese økonomiske skatteråd, er kanskje ingen hobby, men bladet tilbyr spesialkunnskap man kan tilegne seg på fritiden. Bladets innhold angår menneskers personlige økonomi, og bladet er tilknyttet medlemskap i Skattebetalerforeningen. Disse bladenes målgrupper, innhold og funksjon har derfor likhetstrekk med hobby- og fritidsbladenes kriterier.

#### **5.4 Livssituasjonsblader**

Fagbladene i livssituasjonskategorien tar opp temaer rundt en rolle man hovedsakelig ikke velger selv. Denne rollen preger lesernes livssituasjon og er ofte tilknyttet helsemessige diagnoser eller aldring. Eksempler på slike blader er *Pensjonisten* (vi blir eldre), *Positiv* (blad for HIV- positive) og *AstmaAllergi* (for astmatikere og allergikere). Bladene utgis vanligvis av foreninger eller organisasjoner og fungerer som deres medlemsblad. Dette innebærer at bladene ofte inneholder informasjon om medlemmene og foreningen, i likhet med yrkes- og hobby- og fritidskategorien. Et gjennomgående trekk hos livssituasjonsbladene er deres informerende og veiledende fokus, samtidig som de er lesernes forum for erfaringsutveksling. Målgruppen er mennesker tilknyttet en gitt livssituasjon, og i noen tilfeller deres pårørende. Enkelte blader retter seg også mot helsearbeidere, men det overordnede fokuset på å skape forståelse rundt en diagnose og å tilby informasjon til de rammede, gjør at disse bladene ikke kategoriseres som yrkesblader.

Livssituasjonskategorien kan også sammenlignes med Schantz kategori ”fritid og sunnhet”. Her inkluderes blader som tar opp sunnhetsmessige forhold, eksempelvis medlemsbladet fra Hjerteforeningen (Schantz 2001:40). Sveen kaller slike blader rolleblader, en undergruppe som sammen med fritids- og hobbyblader, utgjør en interessekategori (Sveen 1993:61). Både Schantz og Sveen plasserer dermed sunnhetsmessige forhold og roller sammen med øvrige interesser og fritidsaktiviteter. En slik kobling kan forsvares, fordi man som diabetiker eller



syklist ikke *må* lese henholdsvis *Diabetes* eller *På Sykkel*, men man leser bladene på fritiden av *interesse* for feltet. Jeg skiller allikevel disse interessetypene. Sett i lys av kommunikasjonsmodellen vil mottakeren påvirke bladets budskap og funksjon. Der en hobby er selvvalgt, er ikke en livssituasjon det, noe jeg mener danner to forskjellige modellesere. Man henvender seg med andre ord ikke på samme måte til en diabetiker og en hobby syklist. Hobby- og fritidsbladene restituerende og underholdende preg byttes ut med en veiledende, samlende og imøtekommende funksjon.

Å skape åpenhet rundt en livssituasjon er fremtredende i gatemagasinene = *Oslo*, *Megafon* og *Sorgenfri*, som jeg inkluderer i denne kategorien. Gatemagasinene skiller seg fra andre fagblad på måten de distribueres. = *Oslo* kjøpes for eksempel av vanskeligstilte, ofte rusavhengige, for 25 kroner og selges videre på gata for 50 kroner. Overskuddet kommer selger til gode. Gatemagasinene formidler kunnskap om disse menneskenes (selgernes) livssituasjon, og inneholder reportasjer eller faglige artikler tilknyttet eksempelvis rusproblematikk. Måten bladene selges på, og det fremtredende budskapet om ”å rive ned en del fordommer” (*Megafon*) plasserer disse fagbladene i livssituasjonskategorien. Forskjellen fra andre blader i denne kategorien, er imidlertid at gatemagasinene selges, og delvis skapes, av mennesker i en bestemt livssituasjon, mens målgruppen er mennesker utenfor denne rollen.

### **5.5 Kunnskapsblader**

Blader som fokuserer på et fags utvikling og ikke fagutøverne, kan kalles kunnskapsblader. Bladenes målgruppe kan være en yrkesgruppe, men artiklene er ikke hentet fra, og dreier seg ikke om arbeidstakernes daglige arbeid og rammevilkår, slik yrkesblad gjør. Innholdet er hovedsakelig faglige artikler, som holder leserne oppdatert på ny forskning innen deres fagfelt og som presenterer ulike faglige synsvinkler. Artiklene er ofte forfattet av eksterne forskere og fagutøvere. Noen yrkesblader utgir egne kunnskapsblader med hovedvekt av forskningsbaserte artikler. Et eksempel på dette er *Fontene forskning*, som publiseres to ganger i året. Bladet inneholder vitenskapelige artikler og presentasjoner av doktorgradsavhandlinger, mens moderbladet *Fontene* fokuserer blant annet på sosionomers arbeidsvilkår. Slik kan kunnskapsbladene målgruppe og utgiver ha likhetstrekk med yrkesbladene, mens innhold og funksjon er annerledes. Tilleggsbladene er ikke registrert som selvstendige blader i den samlede oversikten over fagbladene (Vedlegg 1).

Vitenskapelige blader kommer også inn under denne kategorien. Et slikt eksempel er fagbladet *Michael*, som er en godkjent publiseringskanal for universiteter og høyskoler. Det finnes imidlertid få rene vitenskapelige fagblader. Ettersom kunnskapsbladene ofte trykker eksterne forskningsartikler, har disse bladene allikevel færre journalistiske tekster enn hva finnes i de øvrige kategoriene. Et unntak er *Apollon*, som i stedet for å publisere artikler fra forskere, skriver om forskningsresultater fra Universitetet i Oslo. I dette tilfellet er det journalister og ikke fagfolk som forfatter tekstene. Stikkord i kunnskapsbladenes formålsparagrafer, er å holde leserne faglig oppdatert, samt å være et forum for utvikling.

### **5.6 Sektorpolitiske blader**

Fagblader i den sektorpolitiske kategorien tar ofte opp politiske spørsmål rettet mot et samfunnsområde og har gjerne tilknytning til departementer, kommuner eller forsknings- og utdanningsinstitusjoner. Blader som retter seg direkte mot en sektor har ofte fokus på nyhetsformidling, hvorav *Kommunal Rapport* er et eksempel. Dette bladet henvender seg ikke til en yrkesgruppe, men til ansatte og politikere innen kommunesektoren. Ønsket er å utveksle erfaringer, og å drøfte felles utfordringer innen denne sektoren. Andre blader legger vekt på å informere og ta opp forvaltningsspørsmål tilknyttet en institusjon, som *Uniform* utgitt av Universitetet i Oslo. Noen blader er ikke tilknyttet departementer eller institusjoner, men retter seg mot en sektor, med mål om å påvirke politiske prosesser. *Velferd*, utgitt av Stiftelsen Sosial Trygd, er et eksempel på dette.

Stikkord for de sektorpolitiske bladene, er å skape debatt og refleksjon. Å formidle nyheter og informasjon står også sentralt.

### **5.7 Idealistiske blader**

I den idealistiske kategorien har bladene en ideologisk forankring. Innholdet vinkles fra en markert synsvinkel, og budskapet formidles gjennom et sett av verdier, normer og oppfatninger. Bladenes budskap og mål er ofte klart formulert, som i det religiøse bladet *Strek*, hvor målet er ”å bidra til at norske kristne og norsk kirkeliv gjenfinner sitt historiske rotfeste og sitt sentrum i en levende gudsrelasjon” (*Strek*). Bladenes utgivere kan være trossamfunn, som Normisjons *Agenda 3:16*, livssyns- og humanitære forbund, som Humanetisk Forbunds *Fri Tanke*, eller ideelle organisasjoner med for eksempel fokus på miljøspørsmål, som Framtiden i våre hendes blader *Norwatch* og *Folkevett*. Bladenes funksjon varierer ut i fra deres utgivere. Der de religiøse bladene har fokus på å formidle,

reflektere over og gjøre sin tro forståelig, er blader utgitt av ideelle organisasjoner mer fokusert på å sette søkelys på ulike problemer og fremme en interesse for sitt arbeid. Felles for disse bladene, er at de opplyser og informerer om arbeid i regi av utgiver. Slik kan bladene inneholde artikler rundt Norsk Folkehjelps prosjekt eller Den Evangelisk Lutherske Frikirkes ungdomsleirer. I dette tilfellet har bladene en sosial funksjon og fungerer som miljøets ”lim”. Ved å opplyse om deres arbeid ønsker bladene også å holde leserne engasjert og samtidig ha mulighet til å rekruttere nye medlemmer. Dette er mer fremtredene i blader utgitt av ideelle organisasjoner, enn hos de religiøse bladene.

De idealistiske bladene kan skrive om samfunnsaktuelle temaer, hvor artiklene må forstås gjennom deres ”ideologiske briller”. Ettersom leserne hovedsakelig er organisasjonens eller menighetens medlemmer, innehar de ofte det samme verdisynet som det som formidles i bladet. Man må for øvrig ikke dele bladets verdisyn, men bladet kan da fungere provoserende. Sveen mener de idealistiske bladene kan ”vekke sterke følelser i leserne. Verden blir mer svart/hvit. Man forskrekkes, opprøres og gledes over det som skrives” (Sveen, 1993:62). Stikkord i bladenes formålsparagrafer er å gi nyheter, utfordre, formidle tro og verdier, samt å skape forståelse og dialog.

### **5.8 Oppsummering kategorier**

Ut i fra denne kategoriseringen vil jeg forvente at alle de ulike fagbladene bærer i seg evnen til å utøve kritisk journalistikk. Jeg anser ingen av kategoriene som mer eier- eller kildestyrt enn andre. Om man ilegger den kritiske journalistikken en metodisk betydning, har fagbladene i de ulike kategoriene også samme forutsetninger for å etterstrebe den kritiske journalistikk. Kategoriene fordrer heller ingen forskjell i evnen til å kunne avdekke kritikkverdige forhold. Om bladene har vilje til dette ut i fra sin funksjon, er et annet spørsmål.

## 6. Presentasjon av utvalgte fagblader

I dette kapittelet presenteres de syv fagbladene *Sykepleien*, *Handelsbladet FK*, *Jakt & Fiske*, *Psykisk helse*, *Apollon*, *Kommunal Rapport* og *Budbæreren*<sup>22</sup>.

### 6.1 *Sykepleien*

<b>Kategori:</b>	Yrkesblad
<b>Utgiver:</b>	Norsk Sykepleierforbund (NSF)
<b>Primærmålgruppe:</b>	Sykepleiere og sykepleierstudenter
<b>Utgivelsesform:</b>	Medlemsblad
<b>Redaktør:</b>	Barth Tholens
<b>I redaksjonen:</b>	9 journalister, 3 grafiske medarbeidere, 2 fag- og forskningsredaktører, 3 markeds konsulenter
<b>Opplag/Utgivelser:</b>	86975/15 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1912
<b>Annonser:</b>	Ja (og stillingsannonser)
<b>Sideantall:</b>	Normalt på 100 sider
<b>Eksterne artikler:</b>	Fag- og forskningsartikler skrives av (eksterne) sykepleiere. Benytter frilansjournalister, utenlandske artikler, samt eksterne skribenter til kommentarartikler
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	60-tallet
<b>Journalistprisen:</b>	Har siden 2000 vunnet Journalistprisen 2 ganger og mottatt hederlig omtale 3 ganger. (Vant Fagpresseprisen i 2009)

*Sykepleien* plasserer seg klart innen for kategorien yrkesblader, fordi bladet går ut til en bestemt yrkesgruppe og utgis av et fagforbund. I følge *Sykepleiens* redaktør, er bladets funksjon å engasjere og holde denne yrkesgruppen orientert: ”Bladet har som mål å orientere sykepleiere og holde dem oppdatert på det som skjer innen deres fagområde (...) Bladet skal bidra til mangfold og debatt” (Tholens, 05.03.2010). Dette gjenspeiles i *Sykepleiens* formålsparagraf:

*Sykepleien* skal utøve saklig, uavhengig og kritisk journalistikk forankret i Norsk Sykepleierforbunds formålsparagraf, Redaktørplakaten og pressens Vær Varsom-plakat. Tidsskriftet har som oppgave å sette sykepleiernes interesser på dagsorden. *Sykepleien* skal delta i samfunnsdebatten og stimulere til engasjement og meningsbrytning (*Sykepleien*1/2009).

På noen punkter skiller *Sykepleien* seg fra vanlige yrkesblader. Forenings- eller organisasjonsinformasjon er viktige kjennetegn i denne kategorien, men *Sykepleien* fornyet design og innhold i løpet av 2009. Nyhetene fra ledelsen ble da skilt ut i et eget bilag, som

<sup>22</sup> Informasjon om bladene er hentet fra bladene og deres nettsider, fra Fagpressekatalogen og intervju.

forfattes av NSFs kommunikasjonsavdeling og kommer ikke inn under *Sykepleiens* Redaktørplakat.

Med opplagstall på 90 000, og oppgitt lesertall på 200 000, møter bladets journalistikk og innhold interesse også utenfor den umiddelbare målgruppen. Ulike journalistiske satsninger og nytenkninger har gitt *Sykepleien* en sterk profil. *Sykepleiens* spesialnummer ”24 timer, 24 historier” (10/2008) er et eksempel på journalistisk nytenkning. Da observerte redaksjonen 24 sykepleiere i Fredrikstad, én for hver time – i løpet av et helt døgn. Ingen spørsmål ble stilt, og artiklene er kun i narrativ form. Redaktøren påpeker hvordan slike satsninger er bevisste redaksjonelle grep, hvor ulike journalistiske sjangre og metoder benyttes:

Vi har opp igjennom historien hatt mange spesielle prosjekter, hvor vi har vært ganske dristige rent journalistisk. En gang i året har vi en journalistisk satsning, der vi istedenfor å la journalistene bidra med litt forskjellig, jobber på samme tema, hvor vi også tar noen fortellermessige grep (Tholens, 05.03.2010).

Eksempelet viser hvordan *Sykepleien* aktivt oppsøker egne kilder og hendelser innen sitt fagmiljø. I følge Allern er kildekritisk journalistikk bygd på egne redaksjonelle fenomener et svært avgrenset fenomen (Allern 1997:243).

*Sykepleiens* innhold som spenner fra notiser til reportasjer og innsendte forskningsartikler, kan grovt deles i tre. I den første delen finnes *Sykepleiens* nyhetsjournalistikk. Her er generelle notiser fra den norske helsesektoren, men også nyhetsartikler som kan ha eller har en direkte påvirkning på sykepleiernes yrkeshverdag. Et eksempel på sistnevnte er artikkelen ”Streiker for retten til tariffavtale” (2/2010), hvor *Sykepleien* opplyser at 93 sykepleiere er tatt ut i streik for å få på plass en tariffavtale. I bladets midtre del finnes hovedsakelig pregjournalistikken. Her presenteres ofte et tema i hver utgivelse, som ”vold mot barn” eller ”psykisk syke i fengsel”. I denne delen finnes også reportasjer fra ulike arbeidsplasser. Til sist er hoveddelen av bladets kommentarjournalistikk presentert, i form av leserinnlegg, debatter, kronikker, og en gjesteskribents refleksjoner rundt et tema tilknyttet helse-Norge. *Sykepleien* har faste seksjoner for ulike dekningsområder, som ”Fag & Bøker” og ”Mennesker & Meninger”. Vignetter indikerer om man eksempelvis leser ”fag” eller ”debatt”. Denne inndelingen har fellestrekk med avisenes format, hvor tematiske vignetter guider leseren og gjør, ifølge Hågvar, aviser forutsigbare på en positiv måte (Hågvar 2007:32). Dette gir bladet en gjenkjennbarhet og skaper en effektiv kommunikasjon med leserne.

*Sykepleiens* billedbruk, særlig illustrasjonsfotoene, kompletterer artiklene og de vanskelige temaene bladet ofte behandler. Fagartikkelen ”Gi eldre en verdig død” (2/2010) eksemplifiserer dette. Her er en gammel kvinne avbildet i sitt institusjonaliserte sykehusrom. Istedenfor å vise kvinnens ansikt, skimtes den gamle kroppen bak et rot av sykehussenger og hjelpemidler, og stedet gir liten følelse av verdighet. Bildet kan symbolisere at man i helsesammenheng ikke alltid ser mennesket, men pasienten i rekken av andre pasienter. En blanding av nære og personlige, samt avskårede og fremmedgjorte bilder gjør at *Sykepleien* visuelt fremstiller helse-Norges omsorg, men også mangelen på sådan.

*Sykepleien* har markert seg med flere vinnerartikler innen Journalistprisen. Den siste prisen ble mottatt i 2007 for artikkelen ”I glemmeboken” (1/2006), skrevet av Marit Fonn. Juryen berømmet oppslaget som spiller både på følelser og kompetanse, samt samspillet mellom tekst og foto.

For videre analyse har jeg valgt artikkelserien ”Sykepleiere svikter meldeplikten” (13/2009), skrevet av Fonn. Teksten er en del av utgavens tema ”Vold mot barn”. Serien tar tak i et kritikkverdig forhold innen egen målgruppe, nemlig at sykepleiere svikter sin meldeplikt og ikke varsler ved mistanke om overgrep mot barn.

## 6.2 *Handelsbladet FK*

<b>Kategori:</b>	Bransjeblad
<b>Utgiver:</b>	Norges Colonialgrossisters Forbund (NCF)
<b>Primärmålgruppe:</b>	Ulike aktører i bransjer, fra kjøpmenn til leverandører
<b>Utgivelsesform:</b>	Abonnement, gratis for kjøpmenn
<b>Redaktør:</b>	Redaktør Are Knudsen/Fagredaktør Kjell Evensen
<b>I redaksjonen:</b>	4 journalister, inkl. redaktør
<b>Opplag/Utgivelser:</b>	16 769/42 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1960
<b>Annonser:</b>	Ja
<b>Sideantall:</b>	Normalt på 24 sider
<b>Eksterne artikler:</b>	Benytter 1 frilansejournalist
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	Ca. 1995
<b>Journalistprisen:</b>	Hederlig omtale i Journalistprisen (og Fagpresseprisen) i 2007.

*Handelsbladet FK* er med sin målgruppe og innhold et typisk bransjeblad. Med en bred målgruppe retter bladet seg mot flere yrker og profesjoner innen dagligvarebransjen. I likhet med de fleste bransjeblader har *Handelsbladet FK* et klart fokus på å være bransjens nyhetsorgan. Dette understrekes ved at bladet kommer ut en gang i uken og kaller seg en avis. Daglig oppdaterte nettsider supplerer papirutgaven. Redaktøren bekrefter deres nyhetsfokus

og presiserer samtidig viktigheten av å kunne presentere egne nyheter: ”Vi er veldig fokusert på nyhetsjournalistikk og primært det å finne egne saker, for det er det som gjør oss unike mot leserne våre. Det at vi kan gi dem noe de ikke visste fra før” (Knudsen, 22.03.2010).

På grunn av nyhetsfokuset opptar nyhetsjournalistikken mest plass i *Handelsbladet FK*. Dagligvarebransjens siste hendelser og fremtidige trender presenteres i notiser og nyhetsartikler. Nyhetene har et overordnet fokus på de store grossistkjedene, samt mer ”lokale” nyheter om kjøpmennene. De tilhørende artiklene ”Bunnpris runder fem milliarder” (37/2009) og ”Berg åpnet Bunnpris-butikk nummer 200” (ibid) eksemplifiserer nyhetsfokuset på både kjeden og kjøpmannen. I tillegg fokuserer bladet på nye produkter, blant annet i spalten ”Produktnytt”. En butikktest er også fast i bladet, hvor en dagligvare- eller servicehandel beskrives og får utdelt poeng basert på fasade, sortiment, hygiene og service. Et intervju med daglig leder viser butikkens respons. Slik journalistikk hvor reportasjer, anmeldelser og ranking smelter sammen kan kalles forbrukertest- og terningkastjournalistikk (Roksvold 1997:102). Fokuset på ulike butikker og personer gjør også leserne selv til ”hovedpersoner”. Slik blir man en del av fellesskapet og bladet fungerer som ”lokalsamfunnets lim” (Sande, 2006).

Bladets kommentarjournalistikk finnes på første side under vignetten ”Meninger”, med leder, replikk og en gjesteskribents kommentar. Bakerst i bladet finnes også ”Olgas hjørne”; en fast kommentar fra en butikksjef. Bladets anmeldelser og kommentarer har et klart fokus rettet mot kjøpmennene, hvor målet er å opplyse og formidle forståelse. Intervjuene har et underholdende preg, mens nyhetene informerer om dagligvarebransjen. Bladet har et avisoppsett, noe som forsterkes av rubrikkstoffet, som blant annet består av en tegneserie, ukens sitat og ukens kaktus.

*Handelsbladet FKs* hederlige omtale i Journalistprisen 2007 gikk til Lena S. Heckendorn for en artikkelserie om VGs matbørs, som ble rost for sin sterke og nyttige avsløring.

Artikkelen jeg har analysert fra *Handelsbladet FK* er ”Fritt frem i kosttilskuddhylla” (37/2009), skrevet av Marit Haugdahl. Artikkelen retter et kritisk søkelys mot omega 3 markedet, hvor slike produkter mangler riktig merking, samtidig som det mangler et regelverk for hvor mye omega 3 nettopp et omega 3-produkt må inneholde.

### 6.3 Jakt & Fiske

<b>Kategori:</b>	Hobby- og fritidsblad
<b>Utgiver:</b>	Norges Jeger- og Fiskerforbund (NJFF)
<b>Primærmålgruppe:</b>	Jakt- og fiskeinteresserte
<b>Utgivelsesform:</b>	Medlemsblad (finnes også i løssalg)
<b>Redaktør:</b>	Ansvarlig red. Ole Kirkemo/ Redaktør Leif Øystein Haug
<b>I redaksjonen:</b>	4 journalister, inkl. redaktørene
<b>Opplag/Utgivelser:</b>	89 002/11 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1871
<b>Annonser:</b>	Ja
<b>Sideantall:</b>	Normalt på 128 sider
<b>Eksterne artikler:</b>	Benytter ca. 15 fastlansere (frilansere med kontrakt). Kjøper artikler fra frilansere med spesialkompetanse
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	Ca. 1980
<b>Journalistprisen:</b>	Vant i 2003 og fikk hederlig omtale i 2001

*Jakt & Fiske* er et typisk hobby- og fritidsblad; utgiver, målgruppe og innhold tatt i betraktning. Bladet tilsendes NJFFs medlemmer, noe som forklarer dets høye opplag. Som ofte i denne kategorien har *Jakt & Fiske* også viet et par sider til informasjon fra utgiver.

Bladets primærmålgruppe utgjøres av norske jakt- og fiskeinteresserte, og et spesialisert innhold viser at bladet retter seg mot lesere som søker mer inngående kunnskap, enn hva generell presse kan gi. Faste sider med fluebinding, omtalt av redaktøren som ”nerdestoff” (Kirkemo, 10.03.2010), eksemplifiserer innholdets informerende funksjon for spesielt interesserte. *Jakt & Fiske* inneholder også mange tips og råd, og har et underholdningspreg, typisk for hobby- og fritidskategorien. En utstrakt billedbruk og skildrende jakt- og fisketurreportasjer gir bladet en underholdende og rekreativ funksjon, en funksjon journalistinformanten anser som viktig:

Jeg tror det er noe folk leser som en rekreasjon, som en del av deres lidenskap. Så den viktigste oppgaven til et magasin som vårt kan sies på mange måter, men det er å underholde. Det skaper glede - glede rundt det folk er opptatt av (Skancke 22.03.2010).

*Jakt & Fiskes* innhold og journalistikk kan fordeles etter ”tips & råd”, reportasjer og nyheter. En stor del av *Jakt & Fiske* er viet en service- og veiledningsjournalistikk. Råd og tips, presenteret gjennom reportasjer og artikler, veileder leseren til å finne de beste fiskeplassene eller bli en bedre skytter. En slik service- og veiledningsjournalistikk retter seg, i følge Martin Eide (2001), mot leserne som konsumenter, rettighetsbrukere og privatpersoner med et individfokus; ”Dette er journalistikk som varter opp med gode råd for hverdagslige gjøremål, en journalistikk som har «Slik», «Her» og «Du» som idealtypiske genremarkører” (Eide 2001:38). *Jakt & Fiske* har ikke hovedfokus på forbrukernes rettigheter, men på en service



rettet mot de gode opplevelser. Redaktøren understreker veiledningsfokuset: ”Vi prøver å ha en *what’s in it for me*- eller *how to*- journalistikk. Det skal være noe i stoffet som leserne kan bruke, hvis de vil gå i våre fotspor” (Kirkemo, 10.03.2010). Rene tipsspalter, som produktnyheter, redskapstester, fiskertips, fluebinding og matoppskrifter er også fast inventar. Denne forbrukerjournalistikken er en undersjanger av servicejournalistikken, som råder leserne om hvilke produkter de bør kjøpe (Hågvar 2007:126).

Reportasjene i *Jakt & Fiske* omhandler steder, personer og teknikker bladet selv har oppsøkt og utprøvd. Detaljerte skildringer, referater og intervjuer gir leseren informative og visualiserte innblikk i jakt- og fiskeverden. Leserens kan identifisere seg med teksten ved at bladet spiller på følelser som gjenkjennelse, samhørighet og fellesskap (Kabel og Sparre 1999:39). Dette er særlig fremtredende i bladets pregreportasjer. I slike reportasjer er fokuset rettet mot det spesielle og karakteristiske, gjerne med et skjønnlitterært språk som bidrar til å styrke leserens opplevelse (Roksvold, 2009). Introduksjonen til reportasjen ”Beverblues på rocke-feller” (3/2009) eksemplifiserer dette: ”Svarttrosten synger soul. Rødstrupene er yppige kordamer, mens røyken ligger lavt over en skumrende scene”. Leserens inviteres med på jakten, og teksten kan gi inspirasjon til neste tur.

*Jakt & Fiske* omtaler, foruten jakt- og fiskestoff, spørsmål angående forvaltning av norsk natur. Dette fokuset finnes i bladets nyhetsdel, hvor kortere nyhetsartikler og notiser presenteres under vignetten ”Aktuelt”. Tidvis belyses også ulike aspekter innen interesseområdet gjennom lengre dokumentarer eller temaseksjoner. Her er bladet mer politisk rettet, hvor aktuelle problemstillinger rundt eksempelvis rovdyr og villaks behandles. Nyhetene kan også ha et lokalt preg, med konkurranser og resultatlister. Redaktøren påpeker imidlertid at de forsøker å unngå en overvekt av slikt stoff, særlig med tanke på konkurrerende blader:

Før hadde vi et mer medlemsbladpreg, med lange resultatlister fra lokale stevner og ja... mye som var indremedisinsk. Vi besluttet ganske fort at *Jakt & Fiske* måtte bli et mer tidsriktig nyhets- og reportasjemagasin, som var minst like bra som de kommersielle aktørene (Kirkemo, 10.03.2010).

Det er hovedsakelig i artiklene med problemstillinger tilknyttet naturforvaltningen at *Jakt & Fiskes* kritiske journalistikk finnes. Da tillagt betydningen undersøkende og som belyser av kritikkverdige forhold. Det er også slike artikler bladet har fått oppmerksomhet for i forbindelse med Journalistprisen. Vinneroppslaget fra 2003 er en artikkelserie om rovfiske i

Skagerrak<sup>23</sup>, skrevet av Torgeir W. Skancke. Juryen omtaler artiklene som et særdeles godt eksempel på undersøkende journalistikk. Det nevnes også at Skancke tidligere har mottatt flere hederlige omtaler for sine ”modige og kritisk undersøkende reportasjer, der han ikke har gått av veien for å rette kritisk blikk også mot de interesser som står bak hans blad”. I 2001 fikk Skancke hederlig omtale for dokumentaren ”Skogbruk og vilt” (3-5/2001).

Jeg har valgt artikkelen ”-Lysfisket unndrar bifangst” (7/2009), skrevet av Skancke for videre analyse. Denne nyhetsartikkelen anses som en fortsettelse av dokumentaren om rovfiske fra 2003. Artikkelen retter et kritisk søkelys mot lysfisket og forteller at torskebestanden er på et historisk bunnivå i Oslofjorden. Tidligere yrkesfiskere, nå hobbyfiskere, legger hovedansvaret på lysfiskerene, som de mener unnlater å registrere sin bifangst.

#### 6.4 Psykisk helse

<b>Kategori:</b>	Livssituasjonsblad
<b>Utgiver:</b>	Rådet for psykisk helse
<b>Primærmålgruppe:</b>	Personer som har eller har hatt psykiske problemer og pårørende
<b>Utgivelsesform:</b>	Abonnement (2 % i løssalg)
<b>Redaktør:</b>	Cathrine Paulsen
<b>I redaksjonen:</b>	2 journalister, inkl. redaktør
<b>Opplag/Utgivelser:</b>	9145/ 5 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1992
<b>Annonser:</b>	Ja
<b>Sideantall:</b>	Normalt på 48 sider
<b>Eksterne artikler:</b>	Vurderer frilanssaker fra gang til gang
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	1998
<b>Journalistprisen:</b>	Vant i 2005, hederlig omtale i 2002

*Psykisk helse* tilhører kategorien livssituasjonsblader. Bladet tar opp temaer tilknyttet psykisk helseproblematikk, samt artikler om forebygging og rehabilitering av psykiske problemer og lidelser. Bladet er dog ikke typisk i sin kategori. Bladets motto ”Alle har en psykisk helse”, indikerer at målgruppen er generell, mens de fleste livssituasjonsblader retter seg mot målgrupper hvor en rolle eller situasjon klart preger ens livssituasjon. Redaktøren innrømmer imidlertid at en interesse og tilknytning ofte ligger til grunn hos leserne: ”Psykisk helse gjelder alle, men du må ha visse interesser for det. Så primærmålgruppen er kanskje pårørende eller de som selv har eller har hatt psykiske helseproblemer eller utfordringer” (Paulsen, 03.03.2010). *Psykisk helses* oppgitte lesertall på 13 lesere per blad, kan forklares med at bladet også er tilgjengelig på ulike venteværelser i helsesektoren.

<sup>23</sup> ”Dokumentar: Skagerrakkrisen” (3-5/2003). Artikkelserien består av tre deler.

Bladets utgiver, Rådet for psykisk helse, er en frittstående humanitær organisasjon. Rådet jobber for å skape et godt liv for mennesker med tilknytning til psykisk helseproblematikk. En side viet informasjon om utgiver er inkludert, i likhet med de fleste livssituasjonsblader. Utgivermessig kan *Psykisk helse* dreie mot idealistiske blader på grunn av det humanitære ståstedet. Deres fokus på å hjelpe, med artikler om rehabilitering og forebygging av psykiske lidelser, plasserer dem imidlertid i livssituasjonskategorien.

*Psykisk helses* formål er å skape åpenhet og øke befolkningens kunnskap om psykiske lidelser, og dermed fungere forebyggende og inspirerende, slik journalisten i bladet uttaler: ”*Psykisk helses* funksjon er å ta vekk fordommer og stigma rundt det å ha psykiske problemer - At vi alminneliggjør at psykisk helse går litt i bølger for de fleste av oss” (Thoresen, 03.03.2010). Redaktøren legger også til at bladet kan ha en funksjon som gjør at leserne ”opplever at de ikke er alene om det de sliter med” (Paulsen, 03.03.2010).

Denne funksjonen påvirker *Psykisk helses* innhold og journalistikk på flere måter. Bladet omhandler ulike erfaringer, forskningsformidling, forebygging og rehabilitering innen sitt fagområde. I hvert nummer tar bladet opp et tema som eksempelvis ungdom, elektroshock eller livskrise. Temaene strekkes over flere sider, og består gjerne av serier med intervjuer, reportasjer og faguttalelser. Grupper eller enkeltpersoner kommer alltid til orde først i artikkelen, og deres erfaringer, enten positive eller negative, blir toneangivende. Deretter uttaler eventuelle fagpersoner seg. Således gir bladet ”mannen i gata” en stemme og et ansikt. Ved å fortelle fra lesernes synsvinkel, fremfor fagpersonenes, utviser *Psykisk helse* en forståelse for deres situasjon. Dette er, i følge redaktøren, et kjennetegn for bladets journalistikk: ”Journalistikken i *Psykisk helse* er ikke-diskriminerende eller moraliserende. Den skaper åpenhet og er likeverdorientert” (Paulsen 03.03.2010). Bladet utgjør slik en plattform for erfaringsutveksling, samtidig som åpenheten skal minimalisere stigmatiseringen av psykisk syke. Fokuset på å skape åpenhet fremtrer også ved bladets bruk av kjente personer, som nakent forteller om sine opplevelser tilknyttet psykisk helseproblematikk. De kjente personene pryder ofte bladets forside, hvor de i et nærportrett har blikkontakt med leseren. Et grep som skaper identifikasjon og innlevelse (Hågvar 2007:77).

*Psykisk helse* består ellers av nyhetsmeldinger innledningsvis. Kommentarijournalistikken utgjøres av en fast petit, kommentarer fra ulike fagpersoner under vignetten ”Ytring”, samt vignetten ”Fra divanen”, hvor psykiater Finn Skårderud har en fast kommentarspalte. Egne

kultursider, med bokomtaler, portrettintervju og et kortere profilintervju, kurs- og konferanseoversikt samt informasjon om hvor en kan søke hjelp, er også fast innhold. Leserne kommer til orde ved leserinnlegg og på egne ”Spør oss” sider.

*Psykisk helse* fikk hederlig omtale i Journalistprisen 2005, for oppslaget ”Frode Geitvik, toppleder og 70 prosent ufør: - Du kan gjøre en god jobb selv om du er syk” (5/2004). Reportasjen er skrevet av Bente Thoresen, som også mottok hederlig omtale i 2002, for reportasjen ”B2 fra innsiden” (4/2002). Juryen trekker frem at reportasjen belyser utfordringer innen psykiatrisk omsorg, og er preget av innsikt og empati.

Teksten utvalgt for videre analyse, ”- Fikk elektroshjokk uten bedøvelse” (3/2009), er også skrevet av Thorsen. Denne artikkelen er en del av temaet ”Innblikk: elektroshjokk”, som består av fire artikler, hvorav de to første presenterer personers traumatiske minner forbundet med elektroshjokkbehandling (ECT). Deretter intervjues en historiker om tidligere bruk av ECT, samt en psykiater som påpeker et behov for mer ECT forskning. Dokumentaren setter et kritisk søkelys på at mennesker med psykiske lidelser fortsatt får ECT-behandling, til tross for en mørk historie forbundet med behandlingsmetoden. Som normalt hos *Psykisk helse* kommer den berørte ”mannen i gata” til orde først.

## 6.5 Kommunal Rapport

<b>Kategori:</b>	Sektorpolitisk blad
<b>Utgiver:</b>	Kommunal Rapport AS som er eid av Kommunesektorens interesse- og arbeidsgiverorganisasjon <sup>24</sup> (KS)
<b>Primærmålgruppe:</b>	Ansatte i kommune-Norge
<b>Utgivelsesform:</b>	Abonnement (10 % gratis)
<b>Redaktør:</b>	Ansvarlig red. Britt Sofie Hestvik/Redaktør Ragnhild Sved
<b>I redaksjonen:</b>	5 journalister, 2 deskmedarbeidere
<b>Opplag/Utgivelser:</b>	11 889/ 40 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1987
<b>Annonser:</b>	Ja
<b>Sideantall:</b>	Normalt på 20 sider
<b>Eksterne artikler:</b>	En frilanser leverer regelmessig stoff fra Danmark.
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	Ca. 1995
<b>Journalistprisen:</b>	Vant i 2000 og 2002. Hederlig omtale i 2003 og 2007

*Kommunal Rapport* er et sektorpolitisk blad, utgiver, målgruppe og innhold tatt i betraktning. Fagbladet utgis av Kommunal Rapport AS, som igjen er heleid av KS. Det er KS som utpeker generalforsamlingen og styret i Kommunal Rapport AS. Bladet retter seg hovedsakelig mot kommuners og fylkeskommuners politikere, samt nøkkelpersoner i administrasjonene.

<sup>24</sup> Kommunesektorens interesse- og arbeidsgiverorganisasjon het tidligere Kommunens Sentralforbund

*Kommunal Rapport* formål er å gi allsidig informasjon om kommunesektoren og lokaldemokratiet i Norge, samt å bidra til at medlemmene i KS informeres om KS sitt arbeid. I følge redaktøren er bladets funksjon å formidle politiske signaler både til og fra kommunene:

Det er viktig for oss å formidle de politiske signaler som sendes fra sentralt hold, som nye lover og regler, men vi vil også være en kanal den andre veien, fra kommunesektoren inn til sentralmyndighetene (...) Så vi må formidle hva kommunene er opptatt av og hvilke problemer de sliter med. Også vil vi være en slags erfaringsarena for kommunene, en idébank for kommunene seg imellom (Sved, 11.03.2010).

*Kommunal Rapport* er opptatt av å være konkurransedyktige på nyheter innen kommunesektoren, og dermed ”uunnværlige for kommune -Norge” (Sved, 11.03. 2010). Journalistinformaten påpeker også at de skal kunne ”markere kommunesektoren i den offentlige debatten” (Krossli, 11.03.2010). I likhet med *Handelsbladet FK* kaller *Kommunal Rapport* seg en avis og bladet ligner en avis i både layout og sjangerbruk.

I forlengelsen av dette er det også nyhetsjournalistikken som preger *Kommunal Rapport*. Bladet har hovedsakelig nyhetsartikler, notiser og reportasjer fra kommunenes ulike fagområder. I tillegg til lederen, består kommentarjournalistikken av en kronikk forfattet av faste kronikørere, samt en kronikk fra bladets egne redaksjonelle rekke. Leserene kommer til orde i faste debattspalter. Bladets ”lokale” preg, foruten det begrensede stoffområdet, kommer frem i en oversikt over nyansettelser i kommune -Norge.

*Kommunal Rapport* vant Journalistprisen i 2000 for en artikkelserie hvor bladet uanmeldt besøkte ulike kommunestyremøter, og skrev en vurdering av disse. Juryen la vekt på at blandingen av anmeldelse og reportasje representerte en nyskapning innen den fagpresse-journalistiske form (Juryomtale). *Kommunal Rapport* fikk også Journalistprisen i 2002 for en serie som dokumenterte skolemyndighetenes motstand mot å offentliggjøre karakterstatistikker, noe bladet mente vanskeliggjorde et innsyn i skolens kvalitet. Juryen la vekt på at reportasjene bygger på grundig journalistisk research, hvor ulike synspunkter fikk komme til uttrykk (Juryomtale). I 2003 fikk journalist Ole P. Pedersen, hederlig omtale for å vise hvordan god research og grundig bruk av kilder kan være opphav til avslørende økonomisk journalistikk. I 2007 fikk bladet hederlig omtale for en bilagsserie med temaer som ”Budsjett” (31/06) og ”Frivillighet” (41/06).

Artikkelen valgt for videre analyse er ”Terra-kommunen Hemnes i terapi” (36/2009), skrevet av Jan Inge Krossli. I denne artikkelen rettes et kritisk blikk mot rådmannen i Hemnes, som har holdt gestaltterapikurs for kommunens ansatte, og dermed blandet to ulike roller. Det kritiske søkelyset rettes også mot kommunens formannskap som har bevilget penger til kursvirksomheten.

## 6.6 *Apollon*

<b>Kategori:</b>	Kunnskapsblad
<b>Utgiver:</b>	Universitetet i Oslo
<b>Målgruppe:</b>	Et forskningsinteressert publikum
<b>Utgivelsesform:</b>	Abonnement, gratis
<b>Redaktør:</b>	Trine Nickelsen
<b>I redaksjonen:</b>	2 journalister, inkl. redaktør
<b>Opplag/utgivelser:</b>	27 000/4 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1991
<b>Annonser:</b>	Nei
<b>Sidetall:</b>	Normalt 48 sider
<b>Eksterne artikler:</b>	2-3 frilansere benyttes av kapasitets- og variasjonshensyn
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	2004
<b>Journalistprisen:</b>	Hederlig omtale i 2009. Vant Fagpresseprisen i 2008.

*Apollon* plasseres i kunnskapskategorien. Bladet formidler kunnskap om forskning ved Universitetet i Oslo (UiO) med et populærvitenskapelig tilsnitt. *Apollon* skiller seg dels fra andre kunnskapsblader fordi det fokuserer på forskjellige fagfelt innen en forskningsinstitusjon, mens øvrige kunnskapsblader som oftest er knyttet til én fagdisiplin. *Apollon* har imidlertid et fokus på fagene, fremfor fagutøverne. Dette bekreftes av *Apollons* redaktør: ”Selve forskningen, resultatene og mulige konsekvenser av forskningen, er det viktigste. Innledende bemerkninger om hvorfor noen forsker på dette legger vi mindre vekt på” (Nickelsen, 02.03.2010).

Bladet trykker ikke vitenskapelige eller innsendte fagartikler, noe som ofte forekommer i kunnskapsblader. Artikkene i *Apollon* er egen redaksjonell tekst, noe som muliggjør en analyse av bladets journalistikk. Målgruppen er heller ikke et snevert forskningsmiljø. Redaktøren kan fortelle at *Apollon* ikke er et ”internblad” for forskere, men at det retter seg mot et allment forskningsinteressert publikum:

En idealleser for meg er en interessert kvinne eller mann med en viss kunnskap i bunn. Vi skriver ikke primært for forskere eller Forskningsrådet, selv om de nok leser *Apollon*. Når jeg skriver tenker jeg for eksempel på en kvinnelig lektor i den videregående skole (Nickelsen, 02.03.2010).

I hver utgivelse innledes bladet med nyhetsartikler og notiser, under vignetten ”Aktuelt”. I tillegg er et portrett og bokanmeldelser faste innslag. Utenom dette består *Apollon* hovedsakelig av artikler om forskningen ved UiO og dens resultater. Slike artikler presenteres under vignetter som forteller hvilket fagfelt som berøres. *Apollon* presenterer også et hovedtema for hver utgivelse. I 2009 var temaene i de fire utgivelsene ”Barn”, ”Senter for fremragende forskning”, ”Kvinner” og ”Nanoteknologi”. Temaene består av flere artikler og belyses fra ulike vinkler.

*Apollon* skal speile kvaliteten og bredden av forskningen ved UiO, og mener det er viktig å sette dagsorden og komme med nyheter. Journalistinformanten anser dette som sin fremste prioritet: ”Mitt mål med sakene er at det skal være en nyhetssak. Det er vi som skal sette dagsorden. Det er mitt mål nummer én” (Vogt, 02.03.2010).

Samtidig ønsker *Apollon* å bidra til debatt om forskningen og dens resultater. I et stadig mer spesialisert samfunn, kan *Apollons* redaktør fortelle at deres oppgave er å medvirke til mer forskningsbasert argumentasjon i samfunnet:

I et samfunn hvor stadig flere har utdanning, tror jeg mange er interessert i ting på et litt høyere nivå enn hva tabloidene kan presentere [...] Den stadig sterkere spesialiseringen både innen forskning og på andre felt i samfunnet, gjør at vi alle på de aller fleste områder helt eller delvis mangler kunnskap. Vi ønsker å bidra til at debatter i samfunnet på en eller annen måte blir mer kunnskapsbasert (Nickelsen, 02.03.2010).

Ettersom *Apollon* ønsker å bidra med kunnskap, er de avhengig av å formidle forskningsresultater i et tilgjengelig språk. *Apollon* anvender en god del bilder og illustrasjoner som visualiserer teksten, samtidig som vanskelige faguttrykk byttes ut med forståelige termer. Det er også *Apollons* språkbruk som har vært gjenstand for heder i Journalistprisen. I 2008 fikk bladet Fagpresseprisen for å presentere ressurskrevende innhold på en forbilledlig og tilgjengelig måte. Artikkelen omtales av juryen som innehavere av et høyt journalistisk nivå. I 2009 fikk *Apollons* journalist Yngve Vogt hederlig omtale i Journalistprisen, og i 2010 vant han samme pris. Juryen berømmet Vogts glitrende journalistikk av forskningsstoff og viktige problemstillinger (Juryomtale).

Artikkelen valgt for nærmere analyse er ”Forskere ved UiO advarer: - Norge i bakevje” (4/2009), skrevet av Vogt. Artikkelen er en del av utgavens ”Nanotema” hvor de syv øvrige

artiklene handler om ulike nanoforskning på UiO. Rensing av drikkevann ved hjelp av sollys, langtidsvarende elektriske biler og selvrensende bestikk presenteres som en lys fremtid hjulpet frem av nanoteknologien. Den utvalgte artikkelen retter derimot et kritisk blikk mot den norske nanosatsningen, hvorav forskerne advarer om at den norske satsningen ikke er sterk nok til å plassere Norge i verdensklassen.

## 6.7 Budbæreren

<b>Kategori:</b>	Idealistisk
<b>Utgiver:</b>	Den Evangelisk Lutherske Frikirke (Frikirken)
<b>Målgruppe:</b>	Medlemmer i Frikirken
<b>Utgivelsesform:</b>	Abonnement
<b>Redaktør:</b>	Anne-Kristine Bjørgsvik Wiecek
<b>I redaksjonen:</b>	2 journalister, inkl. redaktør
<b>Opplag/Utgivelser:</b>	2600/23 årlige utgivelser
<b>Eksistert siden:</b>	1882
<b>Annonser:</b>	Ja
<b>Sideantall:</b>	16
<b>Eksterne artikler:</b>	Noe bruk av frilansere, artikler kjøpes også inn fra Kristelig Pressekontor
<b>Innføring av Redaktørplakaten:</b>	Ca. år 2000
<b>Journalistprisen:</b>	Vant i 2001

Budbæreren er et typisk ideologisk blad, utgiver, innhold og målgruppe tatt i betraktning. Bladet utgis av Den Evangelisk Lutherske Frikirke, og abonnentene er hovedsakelig medlemmene i dette trossamfunnet. Slik blir bladet et bindeledd mellom menigheten og deres medlemmer. Bladets formål er å dekke hendelser innen det norske kirkeliv, med hovedvekt på Frikirkens arbeid. Deres funksjon blir dermed ”å speile mangfoldet i frikirkesamfunnet” (Wiecek, 13.04.2010), samt ”å skape identitet til organisasjonen” (ibid).

Budbæreren kaller seg en avis og har hovedvekt på nyhetsartikler og reportasjer. Disse er hovedsakelig hentet fra ulike hendelser og arrangementer i Frikirkens regi, enten de omhandler en nyvalgt misjonærleder i Mali eller omtale av en vellykket konsert. Dette fokuset gir *Budbæreren* et ”lokalt” preg, noe som også understrekes av bladets redaktør: ”*Budbæreren* blir jo på en måte som en lokalavis for en organisasjon. Vi skal dekke Den Evangelisk Lutherske Frikirke best” (Wiecek, 13.04.2010). På bladets bakside finnes et fast intervju med en nyansatt i Frikirken. Fokuset på nyansatte, menighetens medlemmer og ”lokale” nyheter gir *Budbæreren* en sosial funksjon, hvorav en integrerende journalistikk styrker en felles identitet (Sande 2006). I tillegg har *Budbæreren* kortere nyhetsmeldinger fra det kristne organisasjonslivet, ofte innkjøpt fra Kristelig Pressekontor. *Budbæreren* har imidlertid som mål at hovedvekten av artiklene skal være egenproduserte. Ofte omtales også mer generelle



samfunnsaktuelle saker, som ”Advarer mot økt bruk av porno blant unge” (19/2009). I likhet med andre ideologiske blader er vinklingen av slike saker farget av bladets ideologiske standpunkt.

*Budbærerens* kommentarjournalistikk består av bladets leder, samt de faste spaltene ”Innspill” og ”Ettertanke”. Leserne kommer til orde i egne leserinnlegg. I motsetning til mange ideologiske blader, forsøker ikke *Budbæreren* i særlig grad å rekruttere lesere utenfor menighetskretsen. Redaktøren understreker imidlertid at de gjerne vil nå mennesker utenfor primærmålgruppen:

Vi ønsker jo at det er mulig, men vi må være realistiske. Jeg ser ikke at vi per i dag plutselig skal finnes på Narvesen, men vi ønsker å se såpass attraktive ut at abonnentene ikke skal være flau for å vise bladet til andre eller legge det igjen på et tannlegekontor... Men vi har ikke ambisjoner om å bli et ledende blad for hele kristen-Norge (Wiecek, 13.04.2010).

*Budbæreren* vant Journalistprisen i 2001 for artikkelen ”Stevnemøte med vond fortid” (6/2001), skrevet av tidligere redaktør Per Eriksen. Artikkelen omtaler overgrep begått mot barnehjemsbarn i en institusjon eid av Frikirken. Juryen berømmer artikkelen for å rette et kritisk søkelys mot egen eier, og dermed utøve uavhengig journalistikk (Juryomtale).

For videre analyse har jeg valgt artikkelen ”Hva er Frikirkens merkevare?” (17/2009), skrevet av redaktør Anne-Kristine Bjørghsvik Wiecek. Artikkelen belyser at et fåtall utenfor menigheten vet hva Frikirken står for. Det rettes et kritisk blikk mot organisasjonens uklare eller manglende merkevare. Flere av menighetens medlemmer, samt Synodestyret får uttale seg om deres opplevelser i forbindelse med dette, og hva de selv skulle ønske at folk forbandt Frikirken med.

## **6.8 En kritisk impuls**

Bladene er forskjellige, med ulikheter i utgivere og varierende målgrupper og funksjoner. Det ligger allikevel en impuls til å bedrive kritisk journalistikk hos alle. Hvordan denne kommer til uttrykk gjengis i kapittel 7.

## 7. Kritisk journalistikk i fagpressen

---

I dette kapittelet fokuserer jeg på hva som kjennetegner den kritiske journalistikken i de utvalgte fagbladene, og vil knytte dette opp mot momenter fra avhandlingens teoretiske del. Analysen baserer seg på intervjuer med 13 informanter fra de syv utvalgte fagbladene, og suppleres med tekstanalyse av utvalgte artikler. Slik har analysen en hermeneutisk tilnærming, hvor helhetsforståelsen tar utgangspunkt i ulike delforståelser som utgjøres av informantenes egne fortolkninger, min fortolkning av deres utsagn, samt min forforståelse (Grønmo 2007:373).

Først vil jeg se nærmere på uavhengighet, kildekritikk og avdekningen av kritikkverdige forhold, betydninger informantene selv tiller begrepet kritisk journalistikk. Deretter fokuserer jeg på fagpressens forhold til dagspressen, deres forhold til egen målgruppe, samt hvem fagbladene oftest mener å rette kritikk mot. Disse momentene fremkom også under intervjuene, som faktorer som kan påvirke, muliggjøre og vanskeliggjøre den kritiske journalistikk.

### 7.1 Redaksjonell autonomi

Uavhengighet står sentralt i informantenes identifisering av begrepet kritisk journalistikk. For det første vektlegges uavhengighet til kilder, slik at de selv har mulighet til å være den styrende part og utøve kildekritikk. For det andre er uavhengighet overfor eiere, makthavere og politiske interesser viktig, slik at redaksjonene selv kan bestemme saker og vinklinger. Eierforholdet er særlig viktig i fagpressen da den sene innføringen av Redaktørplakaten dannet et bilde av fagblader som lojale talsmenn for sine utgivere. Uklare roller mellom ledelse og redaksjon ga, og kan fortsatt gi fagpressen et troverdighetsproblem. Selv om Redaktørplakaten er innført hos mine utvalgte fagblader (se kapittelet 2.2), ønsker jeg å se nærmere på redaksjonenes forhold til utgiver, og i hvilken grad dette forholdet kan påvirke den kritiske journalistikken.

De fleste informantene, herunder alle redaktørene, har mottatt tips om saker de kan dekke fra utgiver. Ingen uttrykker derimot at de føler et press på å følge opp disse tipsene, men behandler utgiver som enhver annen kilde. Redaktør i *Kommunal Rapport* forklarer forholdet til eier slik:

KS [Kommunesektorens interesse- og arbeidsgiverorganisasjon] sitter i samme hus som oss og jobber med mange av de samme feltene som vi befatter oss med. De sender oss rapporter og kommer med tips på ting de syntes vi burde skrive om. Men vi behandler dem som andre kilder eller organisasjoner, og de behandler oss som et hvilket som helst annet medium (Sved, 11.03.2010).

Redaktør i *Sykepleien* beskriver forholdet mellom redaksjon og utgiver som romslig.

Redaktørplakaten tydeliggjør rollefordelingen:

Mellom utgiver og meg som redaktør er det en veldig tydelig kontrakt som går ut på at de eier bladet, og jeg skal utøve mine plikter innen Redaktørplakaten. Det betyr ikke at de ikke prøver å påvirke (...), men de er flinke til å akseptere vårt uavhengige ståsted (...). Generelt vil jeg si at jeg har et godt forhold til eierne, og det kommer av at de aksepterer hvilken rolle jeg skal spille (Tholens, 05.03.2010).

Flere informanter mottar tips, men henviser til Redaktørplakaten som en sikkerhet for at utgiver ikke kan legge føringer på det redaksjonelle arbeidet. Redaktør i *Handelsbladet FK* forklarer dette forholdet slik: ”Vi redigeres etter Redaktørplakaten og da er det jo veldig definert hva utgiver kan komme med av innspill. Det er veldig begrenset (...)” (Knudsen, 22.03.2010). Redaktøren understreker at begrensningen innebærer at bladet må forholde seg til sin formålsparagraf (ibid).

Redaktør i *Budbæreren* påpeker at utgiver ikke er førende, men at redaksjonen gjerne mottar tips fordi ”den fremste representanten er mye rundt i organisasjonen og har mange gode ideer” (Wiecek, 13.04.2010). Ettersom informantene anser forholdet til utgiver som profesjonelt, oppleves derfor tips som berikende, snarere enn styrende, fordi utgiver kjenner dekningsområdet godt.

Ingen av informantene påstår at kritisk journalistikk må inneholde kritikk av utgiver. Allikevel mener flere at den kritiske journalistikken kan henge sammen med et ønske om å vise sin uavhengighet. I forlengelsen av dette anser ingen det som problematisk å rette et kritisk søkelys mot egen utgiver. Flere artikler viser at dette forholdet kan settes på prøve, både direkte og indirekte.

I forkant av Norsk Sykepleierforbunds landsmøte i 2007, undersøkte *Sykepleien* hvorvidt den valgte forbundsledelsen hadde gjennomført programmet de var valgt på. Artikkelserien

”Revisjonen av NSF” (4/2007)<sup>25</sup> satte søkelys på hvordan forbundet fungerte, og hvordan det ble oppfattet av sine medlemmer. Redaktøren uttrykker at forholdet mellom redaksjonen og ledelsen ble satt på ”den ytterste prøve”:

For 2-3 år siden gjorde vi et eksperiment i forkant av landsmøtet da nye mennesker skulle velges. Vi lagde en serie kalt ”Revisjonen” hvor vi tok for oss ulike områder og så på hva NSF hadde utrettet i de årene. Det ble kjempebetent, fordi de følte at de måtte til pers og det var en skikkelig prøve på avstanden mellom etasjene (...) Dette er folk du møter i kantina og heisen, og da å ha en kritisk innstilling til om kollegene dine ellers på huset har gjort jobben sin - det er ganske tøft (Tholens, 05.03.2010).

Dette eksempelet viser hvordan et kritisk søkelys kan rettes direkte mot utgiver. I tilknytning til artiklene forklarer *Sykepleien* i marginen hvor de vil med serien: ”Vi vil sette søkelys på NSF’s prioriteringer, organisatoriske forhold, pengebruk og medlemservice. Kort sagt: Er NSF den organisasjonen medlemmene ønsker?” (4/2007). Serien blir også omtalt på lederplass. Denne teksten kan sammenlignes med en sakprosaforfatters forord, hvor forfatteren viser hvor han vil og har tenkt seg med teksten. Denne ”skriften rundt skriften” inneholder, i følge Grepstad, noen av tekstdelene hvor forfatteren mest åpent styrer lesingen (Grepstad 1998:619). *Sykepleien* retter med andre ord ikke bare et kritisk blikk mot ledelsen, men forteller samtidig at dette er artiklenes hensikt.

*Apollons* hovedfokus, er å presentere forskningen ved Universitetet i Oslo. Bladet har av den grunn få artikler som retter direkte kritikk mot institusjonsledelsen. Organisasjons- og forvaltningsmessige saker sendes ofte til deres søsterblad ved universitetet, *Uniforum*. Begge informantene fra *Apollon* viser imidlertid til et eksempel på hvordan en indirekte institusjonskritikk kan gjemme seg bak et glansnummer om universitetets Afrikaforskning. Spesialutgaven ”Vitenskapen endrer Afrika” (3/2008) kom i kjølevannet av ledelsens nedleggelse av studieretningen *Afrika sør for Sahara*:

Da ledelsen skulle legge ned Afrikastudiet her ved universitetet, valgte vi å lage et eget Afrika-nummer (...) Det gjorde det vanskelig for ledelsen å legge ned forskningen, og det er et tegn på at vi fungerer uavhengig. Det er ikke kritikk som fungerer utad. Leserne syntes dette var et glansnummer, men det medførte kritikk fra enkelte medlemmer i universitetsstyret (Vogt, 02.03.2010).

Nedleggelsen ble imidlertid kritisert på lederplass, hvor *Apollons* redaktør skriver ”løft Afrika opp som et eget forskningsfelt ved landets største universitet” (3/2008). Slik plasserer *Apollon*

---

<sup>25</sup> Artikkelserien sto på trykk for første gang i *Sykepleien* 4/2007. Serien fortsatte i de påfølgende numrene; 5-9,11 og 14-15/2007.

seg annerledes overfor emnet i lederen, enn i resten av teksten, og ”glansnummeret” settes inn i en kontekst (Grepstad 1998:620). Redaktøren kan fortelle at ”*Apollon* ble debattert på universitetets styremøte”, hvor det ble sagt at ”Afrika-nummeret gjorde det vanskeligere å nedlegge studieretningen” (Nickelsen, 02.03.2010).

*Apollon* er ikke alene om å oppleve reaksjoner fra utgiver i etterkant. Alle redaksjonene, unntatt *Handelsbladet FK*, kan vise til situasjoner hvor utgiver har reagert på publiserte artikler. Det legges imidlertid vekt på at reaksjonene ikke oppleves som styrende eller truende. Redaktør i *Psykisk helse* understreker dette med kritikken hun fikk for en forsidesittel kalt ”Si nei til elektroshjokk”. Det var utgiver som reagerte, men ”de gjorde ikke noe mer enn å lufte meningene sine” (Paulsen, 03.03.2010). Også journalistinformanten i *Psykisk helse* opplevde reaksjoner fra utgiver da hun var redaktør for bladet. Den gangen skrev hun en artikkel om ”psykopater”, et uttrykk som ble kritisert for å være politisk ukorrekt og gammeldags:

(...) Da kom det rasende e-post fra folk som er viktige for utgiverne og det ble litt pinlig. Men det var ingen som sa rett ut at jeg ikke skulle ha skrevet dette (Thoresen, 03.03.2010).

Redaktør i *Sykepleien* har også opplevd reaksjoner, blant annet fra bladets forrige forbundsleder, da bladet trykket en bokanmeldelse ledelsen ikke fant gunstig:

Vi anmeldte bøker fra et forlag som eies av Sykepleierforbundet, og da hadde vi en anmeldelse som ikke var så positiv til en bok. Da kom forbundslederen og mente at dette var grusomt. Det ble en heftig prat (...), men jeg har aldri opplevd slike samtaler som truende (Tholens, 05.03.2010).

Eksemplene viser at det først og fremst er redaktørene som får påtrykk fra utgiver, enten i form av tips eller reaksjoner. *Jakt & Fiskes* journalist, Skancke, måtte imidlertid stå rakrygget foran ledelsen i Norges jeger- og fiskerforbund, da han publiserte artikkelserien ”Skogbruk og vilt” (3-5/2001). Skancke mottok hederlig omtale i fagpressens journalistpris for denne serien, for å rette et ”kritisk søkelys mot de interesser som står bak hans blad” (Juryomtale). Journalisten kan fortelle at det også var derfor han fikk kritikk av ledelsen:

Det spesielle med det temaet er at noen har overlappende roller. Aktive jegere har også grunneierinteresser, og det var skogeierinteressene jeg kritiserte. Det var på grunn av det de kritiserte meg (Skancke, 22.03.2010).

*Jakt & Fiske* fikk i dette tilfellet kritikk fra utgiver, men det er sjelden bladet retter direkte kritikk mot egen utgiver. Redaktøren forteller at ettersom bladet omtaler menneskers hobby,

passer slik kritikk sjelden inn i *Jakt & Fiskes* profil. I artikkelen ”Røde tall” (nr 1-2/2010) rapporteres det imidlertid om organisasjonens regnskapsunderskudd, som ledelsen står ansvarlig for. Saken utbroderes allikevel ikke utover de konkrete årsakene til underskuddet, og redaktøren forklarer hvorfor:

Dette kunne jo vært en sak som vi brettet ut i større grad (...) hvor vi fant en knott som står frem og sier at ”ledelsen bør ta hatten sin og gå” (...), men det er jo ingen big deal. Det kommer jo klart frem hva som er årsaken. Nå foreligger jo regnskapet for 2009 hvor man plutselig har en halv million i overskudd, så det er litt tilfeldig (Kirkemo, 10.03.2010).

Redaktøren mener at målgruppens interesse for *Jakt & Fiske* ikke grunner i slike oppslag. Samtidig ønsker ikke bladet overvekt av ”indremedisinske” saker (se kapittel 6.3). Redaktøren innrømmer imidlertid at de kanskje kunne vært tøffere mot egen organisasjon, men hevder de ikke unngår omtale av kritikkverdige forhold hos ledelsen:

Vi er ikke så servile at vi unnlater å skrive om ting. Vi har en klar indikasjon på at vi er et oppegående organisasjons- og medlemsblad. Vi har veldig frie tøylar i forhold til mindre fagblader (ibid).

I dette sitatet sidestilles *Jakt & Fiske* med andre, mindre fagblader. Redaktøren sier videre at han tidligere har blitt overrasket over hverdagen til andre fagblader, ”der styret skal lese korrektur på lederen, og man ikke skal stille dem i et dårlig lys” (ibid). Denne sammenligningen er han ikke alene om. Til tross for at alle informantene anser eget blad som uavhengig fra utgiver, har flere en generell oppfatning av fagpressen hvor redaksjon og utgiver oppleves nært sammenknyttet. *Kommunal Rapport* og *Handelsbladet FK* kaller seg begge aviser og sammenligner seg i større grad med dagspressen enn fagpressen. Journalistinformanten i *Sykepleien*, mener de ligner mer på dagspressen enn de små fagbladene på grunn av *Sykepleiens* størrelse og hyppige utgivelser. I følge henne har de små fagbladene tettere bånd til utgiver enn hva *Sykepleien* har: ”Jeg tror fagpressen er en broket forsamling (...). Sitter du helt alene, og det er det en god del som gjør, så har du helt andre bånd til utgiver” (Fonn, 11.03.2010). Redaktør i *Budbæreren* mener det kan være vanskelig for små blader å opprettholde sin uavhengighet, og mener DNFF vier dette for lite oppmerksomhet:

Jeg syntes det er viktig å få frem dilemmaet for små redaksjoner. Det går helt klart en grense mellom hvor liten man kan være og samtidig kunne kalle seg et journalistisk produkt (...) (Wiecek, 13.04.2010).

Selv om Redaktørplakaten er inngangsporten for medlemskap i DNFF, mener hun det er mangelfull kontroll på hvordan denne håndheves. *Budbæreren* har selv en liten redaksjon (to ansatte) og har merket utfordringene:

Det er veldig mye snakk om å tjene penger og tenke markedsføring [i DNFF], men virkelig å bevare journalistikken og forholdet til utgiver har jeg ofte ønsket mer om (...). De første årene prioriterte jeg nesten ikke å dra på ting i fagpressen fordi jeg ikke hadde tid. Nå har jeg mer tid, fordi man blir erfaren og ting blir rutine, men de som trenger det mest, de kommer kanskje ikke (ibid).

Som bakgrunnskapittelet viser, jobber DNFF med å rydde opp i ulike rolleblandinger ettersom kriteriet for medlemskap forutsetter at fagbladet skal være redaksjonelt selvstendig. I sin årsberetning skriver DNFF også at mye av tiden til fagpressens sentrale administrasjon går til å rydde opp i ulike konflikter, som rolleblandinger (Årsberetning 2009:11).

Denne rolleblandingen er imidlertid ikke aktuell for de utvalgte fagbladene på nåværende tidspunkt. Deres nærhet til utgiver kan allikevel sette deres uavhengighet inn i et nytt perspektiv.

### **7.1.1 En innrammet redaksjonell autonomi**

I 2000 sto artikkelen ”KS kritiske til Kommunal Rapport” (21/2000) på trykk i *Kommunal Rapport*. Den gang hadde utgiver og redaksjon en grundig gjennomgang av bladets dekning av forhold som berørte utgivers interesser. Av artikkelen går det frem at sentralstyret i Kommunesektorens interesse- og arbeidsgiverorganisasjon (den gang Kommunens Sentralforbund), som utgjør bladets generalforsamling, mener *Kommunal Rapport* har en negativ vinkling i artikler om KS og en negativ dekning av KS-ledelsen” (21/2000). KS-styrets kritikk har fremkommet i et notat, forfattet av informasjonsdirektør Arvid Weber Skjærpe. Her hevdes det også at bladets ledere og kommentarer tidvis strider med KS sitt syn. Bladets daværende redaktør, Øyvin Norborg, avviser i samme artikkel at *Kommunal Rapport* bryter formålsparagrafen og mener de skal bedrive kritisk journalistikk. Selv om *Kommunal Rapport* og KS er uenige i flere saker, påstår Norborg at det ikke foreligger noen fundamentale motsetninger, men at blad og utgiver jobber etter et felles mål, nemlig kommunesektorens beste og et levende lokaldemokrati. Skjærpe modererer sine utsagn i artikkelen ved å si at KS ønsker å bli en mer profesjonell utgiver, og at KS ikke ønsker å instruere redaktøren ettersom *Kommunal Rapport* skal redigeres etter Redaktørplakaten. Avslutningsvis trekker han imidlertid opp visse rammer for den kritiske journalistikken:

- Jeg syntes absolutt at avisen skal være konstruktivt kritisk til KS. Men når det er sagt, må også redaktøren vite hvilken avis han jobber i. Vi ønsker at *Kommunal Rapport* skal være så trygg i sin identitet at den føler seg fri (*Kommunal Rapport*, 21/2000).

Dette utsagnet, som sto på trykk for ti år siden, setter fagbladenes uavhengighetsideologi inn i en fortsatt aktuell kontekst. Bladene skal føle seg fri, men samtidig anerkjenne eierforholdet. Redaktør i *Budbæreren* bekrefter at man som redaktør bør være klar over hvem utgiver er:

Jeg vet veldig godt hvor jeg jobber, ellers hadde jeg ikke blitt ansatt i denne stillingen (...) Altså, man leker ikke revolverjournalist. Du må til en hver tid manøvrere deg ut i fra hvor du jobber, uten å bli paranoid og oppbundet av hva folk skulle syntes (Wiecek, 13.04.2010).

Slik understreker hun Redaktørplakatens bestemmelser om at et en redaktør forutsettes å dele sitt mediums grunnsyn. Redaktøren påpeker samtidig plakatens dilemma: "For meg er det en forutsetning at vi har en redaktørplakat, ellers blir det nesten et propagandablاد. Men i realiteten er man jo lojal, så jeg føler meg ikke nødvendigvis helt fri" (ibid). I dette fagbladet er grunnsynet religiøst forankret, noe som forutsetter en felles verdiforståelse: "Hvis jeg ble ateist ville det vært litt vanskelig å jobbe her. Altså, du må kunne identifisere deg med eier, men jeg har aldri følt at jeg må være enig i alt eier mener" (ibid).

Journalist i *Psykisk helse* sammenligner seg også med utgivers ideelle formål:

Vi har på en måte et prosjekt utover det å være et blad, og det er å få mindre fordommer og mer aksept (...) Det gjør at det føles meningsfullt å jobbe med bladet, at jeg ikke bare er journalist et sted. Jeg synes ikke at det gjør en mindre uavhengig. Det ligner vel mer på å jobbe i *Klassekampen* enn i *VG*, fordi det ikke er det kommersielle som driver oss (Thoresen, 03.03.2010).

Journalisten i *Psykisk helse* anser seg ikke som mindre uavhengig, selv om blad og utgiver begge jobber for aksept rundt problemstillinger tiknyttet psykisk helse. I *Kommunal Rapport* og *Sykepleien* består utgiver av en organisasjonspolitisk ledelse. Blad og utgiver engasjerer seg for de samme interessene, men bladene kan påta seg å kontrollere om utgiver jobber for målgruppens beste. Journalistinformanten i *Kommunal Rapport* syntes ikke det er vanskelig å si seg uenig med utgiver og påpeker at "KS tar politisk stilling som man kan være enige eller uenige i" (Krossli, 11.03.2010). I *Sykepleien* så vi hvordan forholdet mellom redaksjon og utgiver ble satt på prøve i artikkelserien "Revisjonen av NSF" (4/2007). *Sykepleien* og NSF jobber allikevel begge for sykepleiernes og helsesektorens beste.



En utgiver har rettigheter både etter Redaktørplakaten og i utarbeidelsen av eget blads formålsparagraf. Slik er utgiver med på å bestemme fagbladets grunnsyn, selv om utgiver ikke har mulighet til direkte å styre det redaksjonelle arbeidet. Utgiver er dermed med på å legge fagbladets rammer – rammer som beskriver området redaksjonen har frie tøyler innenfor. At den kritiske journalistikken ikke skal representere en fundamental motsetning i forhold til utgivers verdier, sikres gjennom Redaktørplakaten, som fastslår at redaktøren skal være lojal mot sine eiere (Ottosen 2004:69). Selv om uavhengighet fra utgiver står sentralt hos informantene i defineringen av kritisk journalistikk, innebærer ikke dette at bladene ønsker å undergrave utgivers arbeid. Informantene anser sitt forhold til utgiver som profesjonelt, nettopp på grunn av Redaktørplakaten. At redaksjonene godtar tips fra utgiver, og er lydhøre for deres kritikk, må ses i sammenheng med at utgiver og redaksjon i utgangspunktet jobber for å nå samme mål. Når kritikken da rettes mot utgiver, er det når utgiver bryter sitt eget verdigrunnlag. Slik blir fagbladene en ”vaktbikkje” både over, og på vegne av utgiver.

Allern mener at det som avsløres i samfunnet, er knyttet til verdier utenom det journalistiske. Problemet med journalismen oppstår dersom journalistene skjuler disse verdiene, og dermed lettere kan tilpasses herskende verdier og holdninger (Allern 2001:23). At fagbladene har en tilknytning til egen utgiver, gjør at deres kritiske journalistikk har noen verdimesse vurderinger, uavhengige av de journalistiske. At fagblader utgis av en organisasjon, kan derfor styrke deres posisjon, fordi de kan forankre sin kritiske virksomhet i noen klare verdier og standarder. Om fagbladene gjemmer seg bak sin uavhengighet, i stedet for å drive kritisk journalistikk, vil de imidlertid bli avhengige av sin uavhengighet, slik Eide påstår de norske mediene er (Eide 2000:299). Jeg mener allikevel at fagbladene, som har måttet kjempe for å bevise sin uavhengighet, fort vil miste sin troverdighet dersom de ikke kan bevise at uavhengigheten fører til kritisk journalistikk, og dermed resulterer i avdekninger av kritiske forhold – også innen egen organisasjon. Kritisk journalistikk innebærer imidlertid ikke kun en kritikk av utgiver. For dem som ikke kjenner fagpressens organisatoriske forhold kan allikevel en slik kritikk virke som en bekreftelse på at fagbladet er uavhengig. I *Sykepleien* kom det frem i en spørreundersøkelse at 74 % av bladets lesere trodde bladets utgiver bestemmer hva som kommer på trykk. En eierkritikk kan derfor oppfattes som merkelig hos noen lesere, fordi de har en forutinntatthet om hva et fagblad er og bør være.

## 7.2 Kildekritikk

Kildekritikk står sentralt i informantenes identifisering av begrepet kritisk journalistikk. Slik defineres den kritiske journalistikken, ikke bare i lys av fagbladenes forhold til eier, men også som en journalistisk metode.

I informantenes tilnærming til kildekritikk legges det vekt på hvordan man opptrer overfor kildene. At man er ”oppmerksom på hvilke motiver kildene har” (Fonn, 11.3.2010), ”stiller kritiske spørsmål underveis” (Paulsen, 03.03.2010), ”går bak de offisielle uttalelsene” (Sved, 11.03.2010) og benytter en flerkildejournalistikk, hvor ”man snakker med flere kilder og gjør et grundig researcharbeid” (Wiecek, 13.04.2010). Flere vektlegger også at kildekritikk innebærer at man selv henvender seg til kildene, slik redaktøren i *Apollon* uttaler: ”Vi oppsøker forskerne selv (...), så henvendelsene kommer fra oss, og det er jo også en måte å drive kritisk journalistikk på” (Nickelsen, 02.03.2010). Kildekritikken innehar dermed to hovedmomenter. For det første at man har en faktakontroll, ved å være kritisk til enhver kilde. For det andre at man tilfører en bredde og kontroll over kildetilfanget, ved selv å oppsøke kildene. Denne forutsetningen overfor kildene står også nedfelt i Vær Varsom -plakatens kapittel 3.2.

Redaktør i *Handelsbladet FK* påpeker at til tross for at de henvender seg til en stor bransje, kan deres kildetilfang være mindre enn hos dagspressen:

Vi har jo et mer begrenset kildetilfang. Slik vil det alltid være i et fagblad, fordi du skriver om ett fag og da holder du deg stort sett til de kildene du har der, selv om du selvfølgelig også bruker kilder fra andre steder. Allikevel er det den samme gryten man rører i. Og jo mindre bransjen er, dess vanskeligere kan det nok bli journalistisk (Knudsen, 22.03.2010).

Redaktøren peker her på to forhold. For det første at en begrensning innen et fagfelt også indikerer en begrensning i kildetilfanget. For det andre at disse kildene kan suppleres med kilder uten tilknytning til området. Sees dette i sammenheng med informantenes ovennevnte utsagn om begrepet kildekritikk, er det viktig å inneha en faktakontroll, særlig fordi man opererer innenfor et begrenset felt. Samtidig er det viktig å opprettholde en bredde i kildetilfanget, noe som innebærer at man også må se utover eget fagområde.

Flere av redaksjonene anser kildekritikk som viktig for å beholde fagbladets troverdighet. Redaktør i *Kommunal Rapport* mener de har en høy troverdighet, men at de daglig jobber for å beholde den gjennom sitt kildekritiske arbeid:

Man bryter lett ned troverdigheten, men den bygges opp sakte. Så vi må være etterrettelige. Vi jobber hardt med å kvalitetssikre våre kritiske artikler, vi skal ha fakta riktig, vi skal høre alle sider og har med flere kilder – gjerne skriftlige og muntlige (Sved, 11.03.2010).

Også journalistinformanten i *Apollon* mener kildekritikk er viktig for bladets troverdighet: ”[Journalistikken i *Apollon*] skal være etterrettelig og det skal være riktig. Vi skal ikke bli tatt for faktafeil – det er min største skrekk” (Vogt, 02.03.2010). Korrekte fakta skal bevare fagbladets troverdighet, og dermed ”sikre *Apollons* rykte” (ibid).

Ettersom fagområdene i de ulike bladene er forskjellige, benyttes ulike kildetyper, noe som også kan gi ulike utfordringer. De hyppigst benyttede kildene i *Handelsbladet FK*, *Psykisk helse* og *Apollon* kan eksemplifisere dette. *Handelsbladet FK* har fokus på å formidle nyheter fra dagligvarebransjen. Dette gir ofte et overordnet fokus på de store grossistleddene, og hvordan deres avgjørelser påvirker kjøpmennene. På bakgrunn av dette benytter *Handelsbladet FK* ofte profesjonelle kilder fra grossistenes informasjonsavdelinger. Deres utfordring blir derfor å kunne se forbi informasjonsarbeidernes uttalelser, hvor en ”inngjerding og portåpning” må forstås som elementer i de profesjonelle kildenes kommunikasjonsstrategi (Allern 1997:79). Samtidig må *Handelsbladet FK* være klar over at disse kildene er farget av å sette egen organisasjon i et godt lys, fordi informasjonsarbeidere ivaretar, innen visse rammer, sine oppdragsgiveres interesser (ibid:92). Redaktøren i *Handelsbladet FK* anser det ikke som problematisk at kildene de benytter, ofte er profesjonelle, og mener at ”selv om de er flinke til å svare for seg, betyr ikke dette at vi ikke har en god sak” (Knudsen, 22.03.2010).

*Psykisk helse* jobber for en åpenhet rundt saker tilknyttet psykisk helseproblematikk. For å oppnå dette formidler de lesernes personlige erfaringer, og det er dermed leserne selv som oftest benyttes som kilder i bladet. *Psykisk helse* må dermed ta høyde for at de presenterte historiene baseres på personlige kilder. Dette innebærer at kildene ikke besitter nøytral fagkunnskap, men formidler egne versjoner og oppfatninger av verden. Utfordringen blir derfor å vise at de siterte versjoner viser én side av saken. *Psykisk helse* løser dette ved å la fagpersoner uttale seg om samme tema, etter at vitneutsagnene er presentert.

I *Apollon* formidles kunnskap om forskningen ved Universitetet i Oslo. At bladet hyppigst benytter forskere som kilder blir derfor en naturlig konsekvens. I *Vitenskapens vakthunder* (1999) presiserer Harald Hornmoen at forskningsjournalistikk har en tendens til å la seg styre av forskere og være begrenset i bruken av skriftlige kilder (1999:95-96). Uerfarne forskere har ofte vanskeligheter med å vurdere forskeres kunnskap, erfaring og troverdighet som kilder. Samtidig har journalister som dekker norsk forskning, ofte liten spesialisering. Dette har ført til en betydelig styring fra forskerkildene (ibid<sup>26</sup>). *Apollon* er imidlertid et forskningsblad, og innehar den spesialiseringen som Hornmoen etterlyser. Under intervjuet ga også *Apollons* journalist uttrykk for at han jobber mye med kildene før en sak kommer på trykk. Deres temanummer om nanoforskning ble brukt som eksempel (4/2009). Temaet består av åtte artikler om nanoforskning ved UiO, alle forfattet av Vogt. I følge journalisten krevde artiklene mye forberedelser:

Jeg var nær drukningsulykken. Jeg leste meg opp på grunnfag for å skjønne hva dette er for noe, skannet miljøet for å finne ut hvem jeg skulle snakke med og forsøkte å finne nye vinklinger (Vogt, 02.03.2010).

Også i møte med forskerne, som utgjorde hovedkildene, stilte Vogt kritiske spørsmål:

Under de aller fleste intervjuene stiller jeg kritiske spørsmål, og jeg må la meg overbevise underveis. Før jeg intervjuer folk undersøker jeg også hva jeg burde kunne. Jeg går ikke så ofte til en forsker og sier ”fortell!” (ibid).

Gitte opplysninger, særlig forskernes bruk av tall, ble også kontrollert:

Jeg synes ikke det er interessant for leseren å vise at jeg har dobbeltsjekket tallene, men jeg prøver å sørge for at de tall som kommer på trykk skal være riktige. Jeg stoler på at forskeren mener rett, men jeg dobbeltsjekker likevel (ibid).

Dette eksempelet viser at journalisten har hatt en kildekritisk holdning. Han har tilegnet seg kunnskap på området som skal dekkes, noe som er en forutsetning for at han kan stille kritiske spørsmål. Han oppsøker også flere kilder og etterprøver deres utsagn. I dette tilfellet er det derfor ikke avgjørende at *Apollon* har en nærhet til kildene. Kildekritikken fremtrer fordi informanten har kunnskap på området, samt kjenner til bruk av forskere som kilder. På grunnlag av det kan man si at *Apollon* og lignende blader, kanskje i *større grad* enn dagspressen har mulighet til å være kritiske til vitenskapelige versjoner. Fagbladet har

---

<sup>26</sup> Hornmoen refererer til en undersøkelse utført av Rune Ottosen i 1998.

samtidig bedre tid til å gå en sak i sømmene og er derfor kanskje mindre mottakelige for en kildes skjulte agenda.

*Handelsbladet FKs* artikkel ”Fritt frem i kosttilskuddhylla” (37/2009) eksemplifiserer også en grundig kildebruk, også her tilknyttet forskere. Artikkelen gjengir at flere omega 3 produkter mangler riktig merking, og at det ikke finnes et klart regelverk for hvor mye omega 3 slike produkter må inneholde. Artikkelen baseres på flere kilder, både muntlige og skriftlige. Journalisten har intervjuet representanter fra Mattilsynet og Helsedirektoratet og viser til flere undersøkelser og omsetningstall. De muntlige kildene fremstilles ved direkte tale i teksten.

Artikkelen har også underartikkelen ”- Mange vet ikke hva de selger”. Her intervjues fettforsker Gjermund Vogt, som utgjør underartikkelens hovedkilde. Han mener det er for mange useriøse aktører på omega 3 markedet. Derfor bør kjøpmenn tilegne seg kunnskap om produktene de tar inn, samt holde seg til kjente merkevarer. Vogt kartlegger omega 3 produktene på det norske markedet og undersøker deres kvalitet. Han henviser til at mange er redde for å selge harske produkter, og mener olje, utvunnet av ferskt råstoff, er mer stabilt mot oksidasjon. Om det påvises et helsemessig fortrinn for mindre harske produkter, mener han dette vil være et fortrinn for bruk av oljer basert på ferskt, norsk råstoff. Vogt presenteres også i direkte tale, men i motsetning til de øvrige intervjuobjektene, som kun tituleres, tillegges Vogt andre egenskaper, som omega 3-ekspert og en erfaren forsker. Vogt tillegges med andre ord autoritet i kraft av sin forskerrolle, og hans utsagn blir på denne måten legitimert av journalisten og dominerer på bekostning av de andre kildene. Dette kan innebære en skjevhet.

Journalistinformanten kan fortelle at det var folk i forskningsmiljøet som først tipset henne om saken, og at hun siden har oppsøkt flere kilder før saken kom på trykk:

Da jeg jobbet på et forskningsinstitutt hørte jeg rett som der er at de hintet om forhold som var litt kokko innenfor det med omega 3. Så har jeg lest masse heavy forskningsartikler og lovtekster fra EU (...) etter hvert som jeg har lest det har jeg skjont at det er noe her (...) men det var ganske mye jobb å koke informasjonen ned til en sak (...) Det har tatt mye tid, og jeg har prøvd mange hypoteser, og tenkt dette er for komplisert eller dette er ikke tydelig nok (Haugdahl, 25.03.2010).

Journalisten viser i dette sitatet at hun har benyttet flere skriftlige kilder, ved blant annet å lese forskningsartikler. I tillegg har hun funnet sin egen vinkling på saken. Informantens arbeidsmetoder styrker slik den kildekritiske kvaliteten. Hun har også arbeidet som

forskningsjournalist tidligere, noe som kan forsterke hennes kjennskap til bruk av forskere som kilder:

Jeg har jobbet med forskningsjournalistikk ved et forskningsinstitutt og er veldig opptatt av hvorfor ting er som de er, og går veldig dypt i ting (...) Jeg ringer ikke bare én, og jeg spør ”hva er nå egentlig dette? Henger det sammen?” (Haugdahl, 25.03.2010).

I underartikkelen opplyses det imidlertid at hovedkilden Vogt jobber for Nofima Mat, som har fått støtte av stiftelsen Rubin til forskningsarbeidet. Rubin ”har som mål å bidra til en total utnyttelse av fisk og økt verdiskapning av biprodukter i Norge” (rubin.no). Ses dette i sammenheng med Vogts sitat ”en påvisning av positive helseegenskaper ved mindre harske produkter vil være et fortrinn for oljer basert på ferskt, norsk råstoff” (*Handelsbladet FK*, 37/2009), er det rimelig å sette spørsmålstegn ved hans agenda som kilde. Dette fordi han tidligere i artikkelen oppfordrer kjøpmennene til å ta inn kjente merkevarenavn. Jeg vurderer allikevel disse artiklene som godt kildekritisk arbeid, ettersom flere kilder både muntlige representanter og skriftlige forskningsresultater, er benyttet. Eksempelet reiser allikevel et dilemma; Noen kilder må benyttes. Den kritiske journalistikken fremkommer i en kritisk vurdering av disse kildene. I fagpressesammenheng er ofte antallet kilder innen et område begrenset, selv om dette eksempelet viser bruk av en ekstern kilde. Skal man da unnlate å benytte kilder man vet har god kunnskap på området, fordi de kan ha en kobling som kan innebære mistanke om en skjult agenda? Om journalistinformanten selv har satt spørsmålstegn ved Vogts kobling, vet jeg ikke.

Selv om fagbladene har en nærhet og begrensning i sitt kildetilfang, mener jeg ikke ut i fra foreliggende empiri og benyttede teoretiske perspektiver, at fagbladene anvender mindre kildekritikk enn den øvrige pressen. I likhet med uavhengigheten, er troverdighet viktig for fagbladenes eksistens. Troverdigheten avhenger av at leserne har tillit til at den presenterte informasjonen ikke styres av pressgrupper (Allern 1997:9). En troverdighet avhenger også av at de presenterte fakta er korrekte. Om man ukritisk rapporterer kildens gjengivelse, uten å inneha en egen faktakontroll, kan troverdigheten svekkes.

### **7.3 Å avdekke kritikkverdige forhold**

Det tredje punktet flere informanter vektla i forståelsen av begrepet kritisk journalistikk, var å kunne avdekke kritikkverdige forhold. Flere mente de ikke var flinke nok til å utøve en kritisk journalistikk, og viste da til mangelfull avdekning av kritikkverdige forhold. I det følgende vil

jeg derfor legge vekt på kritisk journalistikk som et journalistisk resultat. Ettersom Vær Varsom -plakatens punkt 1.4 poengterer at det er ”pressens rett til å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold”, var dette også sentralt i intervjuene.

Alle informantene så det som sin oppgave å avdekke kritikkverdige forhold innen sin naturlige interessesfære. Flere av fagbladene har også ”å sette et kritisk søkelys” som kriterium i sin formålsparagraf. At flere informanter mener å ikke lyktes godt nok med dette, viser at deres intensjoner nødvendigvis ikke samsvarer med hva redaksjonene mener å få til.

Mangel på ressurser, få ansatte og tidspress anses av de fleste informantene som en utfordring, når det kommer til muligheten for utøvelse av denne type kritisk journalistikk. Redaktør i *Jakt & Fiske* mener de ”har sitt fulle hyre med å produsere bladet fra gang til gang” (Kirkemo, 10.03.2010), mens journalist i *Handelsbladet FK* har måttet nedprioritere mer undersøkende artikler til fordel for ”å få ut saker og fylle avisen” (Haugdahl, 25.03.2010).

I 2008 publiserte *Apollon* flere artikler som rettet et kritisk søkelys mot forskningen ved UiO. Dette finnes blant annet i artikkelen ”–Rusavhengige deltar i forskning med livet som innsats” (nr 2/2008)<sup>27</sup>. Allmennlege Joe Siri Ekgren står for utsagnet i artikkelens tittel og har på bakgrunn av dette meldt en gruppe forskere til Helsetilsynet. I *Apollons* 2009 utgivelser har jeg imidlertid ikke funnet kritikk direkte rettet mot forskere. Journalistinformanten mener tidspress og arbeidskrevende saker er noe av forklaringen på dette ”ømme punktet”: ”Problemet er at vi er arbeidsmessig belastet, og det å lage en kritisk sak er ganske tungt. Vi er to ansatte, og det er et ekstremt press for å komme ut” (Vogt, 02.03.2010).

Journalistens arbeid med artiklene om nanoforskningen viser imidlertid at han utøver kildekritikk. Det er derfor i avdekningen av kritikkverdige forhold han mener redaksjonen kommer til kort. Redaktøren i *Apollon* mener ulikheten i kritikk rettet mot forskere, fra 2008 til 2009, er tilfeldig. I etterkant av artikkelen om rusforskningen trykket *Apollon* en anmeldelse av forskningsrapporten<sup>28</sup>, og flere debatter ble reist i kjølvannet av dette. Redaktøren mener derfor at *Apollon* klarte å sette i gang en debatt og trykker gjerne lignende

---

<sup>27</sup> Flere eksempler; ”Snakker språkforskere samme språk?” (1/2008), ”UiO må samle kreftene” (3/2008) og ”Universitetet må utdanne flere lærere” (4/2008).

<sup>28</sup> ”I frivillighetens grenseland” (3/2009). Anmeldelsen er skrevet av Nils Christie.

saker igjen: ”Vi kunne sikkert gjort det mer, så det har ikke vært bevisst at vi ikke har gjort det. Jeg skulle gjerne presentert flere slike saker” (Nickelsen, 02.03.2010).

Journalistinformanten i *Psykisk helse*, mener redaksjonen ikke arbeider godt nok med å rette det kritiske søkelyset mot forhold tilknyttet psykisk helse, noe som står nedtegnet i deres formålsparagraf. Hun mener små ressurser kan gå utover avdekningen av kritikkverdige forhold:

Det syntes jeg vi jobber altfor dårlig med, fordi det handler mye om ressurser (...) Vi har mistet mye midler, som er en vanskelig situasjon, og det tror jeg ikke gjelder bare oss. Det blir veldig vanskelig å ha overskudd til å kunne jobbe effektivt med en sak, og man må heller finne ting det er lett å lage en sak på (Thoresen, 03.03.2010).

Thoresen fikk i 2002 hederlig omtale for reportasjen ”B2 fra innsiden” (4/2002), som dekket forholdene ved en psykiatrisk avdeling ved Gaustad sykehus. Juryen mente reportasjen viste utfordringer innen psykiatrisk omsorg, med både innsikt og empati (Juryomtale). Journalisten mener imidlertid at hun, heller ikke her, avdekker kritikkverdige forhold: ”Den gir jo et innblikk. Du kan jo si at noe av det er kritisk til hvordan psykiatrien er, men det er jo ingen ordentlig avsløring” (Thoresen, 03.03.2010).

Redaktøren i *Budbæreren* ser også et spenn mellom hva hun skulle ønske journalistikken i *Budbæreren* var, og hva den faktisk er. Ressursene er avgjørende i forholdet mellom *Budbæreren*s normative og deskriptive kritiske journalistikk:

Det er helt umulig å gjøre noe med kritisk journalistikk hvis du har altfor små ressurser. Hvis vi bare har gla`saker vil jeg vite at det ikke er å speile realiteten. Det blir enklere journalistisk å jobbe, men med en gang du skal jobbe med flerkildejournalistikk og grave mer, kreves det ressurser. Så det er hele tiden et dilemma hva vi virkelig har ressurser til. Derfor er det ikke kritisk journalistikk som preger *Budbæreren* (Wiecek, 13.04.2010).

I dette sitatet legger ikke redaktøren kun den avslørende journalistikken til grunn, men mener at det også kan være vanskelig å utøve kildekritikk med små midler. *Sykepleiens* redaktør mener imidlertid mangelen på ressurser er en dårlig unnskyldning:

Jeg syntes det kommer an på holdninger. Det finnes mye god kritisk journalistikk i små blader, noe fagpresseprisene også viser. Så da blir det for lett å si at vi har ikke ressurser. Da mangler man litt infernalskhet, tenker jeg. Man må ha litt journalistisk teft (Tholens, 05.03.2010).



Også journalistinformanten i *Jakt & Fiske* påpeker at kritisk journalistikk kan avhenge av den enkelte journalist. Man må benytte sin journalistiske teft for å jobbe kritisk, tross små ressurser:

Jeg tror det først og fremst er ressursene [som vanskeliggjør den kritiske journalistikk], men jeg tror det ofte avhenger av hver enkelt journalist også (...) Man må faktisk bruke litt albuer på redaksjonsmøtet i forhold til redaktør og si ”nå har jeg en sak som jeg har fulgt en stund, som jeg ønsker å jobbe med over tid”. Da må du argumentere godt for det, sette av litt tid innimellom, og jobbe frem en slags dummy, sånn at man har noe å komme med til redaktøren. De vil nok naturligvis være veldig kritiske til at dette holder vann, det er jo de som har ansvaret utad. Så jeg tror begrensningen først og fremst ligger i hver av oss (Skancke, 22.03.2010).

Skancke fikk hederlig omtale i 2001 for sin artikkelserie ”Skogbruk og vilt” (3-5/2001). Da satte han et kritisk søkelys på interessene som sto bak hans blad, men mener selv han var for tabloid i sin fremstilling:

Den gangen gikk jeg nok litt varm. Det tror jeg mange gravejournalister gjør. Jeg tenkte at nå har jeg dekning for å kline til, men jeg tror nok saken hadde stått godt nok på fakta i seg selv (Skancke, 22.03.2010).

*Budbæreren* vant Journalistprisen i 2001 for oppslaget ”Stevnemøte med vond fortid” (6/2001), skrevet av Per Eriksen, bladets daværende redaktør. Artikkelen omhandler overgrep begått på 60-tallet, mot barn ved et barnehjem drevet av *Budbæreren*s egen eier, Frikirken. I juryens omtale berømmes artikkelen for sin avdekning av maktmisbruk, og legger vekt på bladets uavhengighet, ettersom mishandlingen har funnet sted i institusjoner eid av utgiverorganisasjonen. Det konkluderes med at ”vinneren av Journalistprisen er et framifrå eksempel på vilje til å utøve uavhengig journalistikk i fagpressen” (Juryomtale). Nåværende redaktør i *Budbæreren* anser imidlertid ikke denne artikkelen som en avdekning av kritikkverdige forhold, ettersom publiseringen av saken til en viss grad var avtalt mellom redaktør og utgiver. Hun påpeker at det ikke er uavhengig journalistikk som ”trosset” eier:

For å være helt ærlig, så fatter jeg ikke hvorfor vi fikk den journalistprisen. Det var jo ikke kontroversielt innad at de tok det opp. Det var timet med ledelsen (...) Frikirken kom i et godt lys fordi de tok et oppgjør med dette (...) Hva fikk de egentlig journalistprisen for – et godt samarbeid med utgiver? (Wiecek, 13.04.2010).

Hun berømmer imidlertid den tidligere redaktøren for å ha brukt mye tid på å gå i dialog med barnehjemmets ofre. Kritikken rettes mer mot DNFFs jury, som så bort fra utgivers og redaksjons koreografi: ”Jeg mener det er litt politisk korrekt av Fagpressen å gi pris til en sånn

type sak. Fordi det er en kristen organisasjon tenker man at ”dette tør de ikke skrive om”. Og med en gang man skriver om det er det fantastisk” (ibid).

Redaktøren viser derfor til artikkelen ”Tidligere barnehjemsbarn: - sett og trodd, for så å bli glemt” (22-23/2008). Her fremkommer det at ofrene i overgrepssaken mener Frikirken har vært usynlige etter at søkelyset ikke lenger direkte er rettet mot dem. Redaktøren anser derfor oppfølgingen av hva ledelsen har foretatt seg i etterkant som mer viktig:

Vi har jo fulgt det opp også i min tid, der en av representantene for barnehjemsbarna kritiserer den samme lederen som fikk jubel da, for å ha gjort for lite. Så der og da var alt veldig fint (...), men det man har gjort to år etterpå er vel så interessant (Wiecek, 13.04.2010).

Der kritisk journalistikk blir ansett som å avdekke kritikkverdige forhold, finnes et spenn mellom informantenes intensjoner og deres faktiske utførelse. Flere legger tidspress og få ressurser til grunn for manglende avdekninger, selv om det finnes en uenighet i hvorvidt dette er en legitim unnskyldning. I Allerns undersøkelse av 23 LO-bladers dekning av Valla-Yssen konflikten, viste det seg at fagbladene dekket var balansert. Allern stilte seg imidlertid kritisk til at fagbladene ikke brukte mer ressurser på å etterprøve dagspressens ensidighet, blant annet i kildevalg. Røst henviser til denne undersøkelsen i boken *Fra meddelelsesblad til mediehus* og mener ”beskjeden bemanning er ingen unnskyldning for ikke å drive oppsøkende journalistikk” (Røst, 2008:134).

Å avdekke kritikkverdige forhold står imidlertid ikke isolert fra verken uavhengighet eller journalistiske metoder. Å ha en undersøkende redaksjonell tone, og benytte kildekritikk er forutsetninger for en mulig avdekning. Det finnes to typer avdekninger i fagbladene som kan trekkes frem. Den ene avdekningen går på forhold som påvirker målgruppen, mens den andre avdekningen retter seg mer mot kritikk av utgiver og utgivers interesser. For å kunne avdekke slike forhold må redaksjonen være uavhengig. Den kritiske journalistikken befinner seg imidlertid innenfor visse rammer, og en avdekning av kritikkverdige forhold hos utgiver vil som følge av dette finne sted dersom utgiver bryter sitt eget verdigrunnlag. Bruk av kildekritikk, som kan føre til avdekning av kritikkverdige forhold, retter seg mot en undersøkende journalistikk. Å avdekke kritikkverdige forhold, er derfor et resultat av journalistiske metoder.

## 7.4 Fagpressens forhold til dagspressen

Fagpressen opererer i et samspill med andre medier, især dagspressen. Flere siteres av dagspressen, og enkelte av fagbladene sammenligner seg med denne pressegruppen. Jeg ønsker derfor i det videre å undersøke hvordan informantenes forhold til dagspressen kan påvirke deres kritiske journalistikk.

Flere av informantene mener dagspressen ofte omtaler saker fra deres fagområde på en god måte, og mener avisenes artikler kunne stått på trykk i eget fagblad. Enkelte blader er også bevisste på å være mer lik aviser enn den øvrige fagpressen, slik redaktøren i *Kommunal Rapport* kan fortelle: ”Vi er veldig klare på at vi skal drive nyheter, og at vi skal se ut som en avis og ikke et tidsskrift” (Sved, 11.03.2010). Redaktøren i *Handelsbladet FK*, sammenligner seg også med dagspressen: ”Vi føler at vi på mange områder konkurrerer like mye med VG og *Aftenposten*, som vi konkurrerer med andre fagblader” (Knudsen, 22.03.2010).

Flere av informantene anser allikevel eget fagblad som en motvekt til en tabloid og sensasjonspreget nyhetsjournalistikk. Redaktøren i *Apollon* mener ”mange er interessert i ting på et litt høyere nivå enn hva tabloidene kan presentere” (Nickelsen, 02.03.2010), og at avisene setter seg ”mindre grundig inn i ting” (ibid), og presenterer saker ”stort sett kortere og mer spissa” (ibid). Flere informanter refererer også til dagspressen som helhet, og sammenligner seg ikke kun med tabloidene. Journalistinformanten i *Handelsbladet FK* kan fortelle at å skrive for fagpressen, fremfor dagspressen, har vært et bevisst valg:

Det var faktisk et bevisst valg da jeg gikk ut av journalisthøyskolen. Jeg var veldig lei av medstudenter som gjorde alt for å få vakter i *Aftenposten* eller TV2, og som gjorde de dumme ting. Det var så mye fordommende. Blant annet en som løp etter samboeren til Bjørn Dæhlie en hel vinter, og det var jo helt meningsløst – hun hadde ikke noe å melde, hun var jo ikke interessert i å snakke med pressen en gang. Man måtte gjøre sine hoser grønne for de store redaksjonene fordi man ville gjøre noe viktig, og så endte man opp med å gjøre helt meningsløse ting. Da husker jeg at jeg tenkte; dette vil jeg ikke. Jeg må gjøre noe som har substans (...) Så da jeg fikk tilbud om jobb i fagpressen følte jeg at det var litt meningsfullt. Men det er ikke sånn at jeg aldri vil jobbe der nå lenger. Jeg er kanskje ikke så ideell, men jeg føler at jeg dekker et behov for informasjon, for en bestemt bransje, og at vi kan gå dypere ned i ting og at dette er noe jeg faktisk kan noe om (Haugdahl 25.03.2010).

Som sitatet viser, mener informanten at hun skriver om saker hun har tilegnet seg kunnskap om. På denne måten kan man også lettere gå i dybden. Redaktøren i *Jakt & Fiske* understreker også en forventet kunnskap hos redaksjonens medarbeidere: ”Det forventes at vi har mer

substans og er i dybden på saken. For å skrive hos oss krever det at du har litt peiling på stoffområdet” (Kirkemo, 10.03.2010). I tillegg til redaksjonell kunnskap, vektlegger de fleste informantene at målgruppens forventede forkunnskap gjør det lettere å gå i dybden.

Redaktøren i *Sykepleien* anser dette som en forskjell på dagspressen og fagpressen: ”Vi har en fordel fordi våre lesere har en forhåndskunnskap på området. Så kanskje vi kan gå fortere i dybden, der avisene vil ha et mer overfladisk innhold” (Tholens, 05.03.2010). I *Kommunal Rapport*, som anser seg selv som et nyhetsmedium, mener også redaktøren at de kan forvente mer kunnskap hos sine lesere:

De [dagspressen] har en annen lesergruppe, de skriver for folk flest. Vi kan tillate oss å være litt mer faglige, fordi våre lesere tross alt er politikere eller administratorer. Man kan jo si at politikere er som folk flest og sitter på bakerste benk i kommunestyret, i en liten kommune, men vi kan på en måte gå ett hakk opp. Vi kan forutsette noe – at de vet hvordan en kommune styres, mens *Aftenposten* må forenkle og popularisere med tanke på at mannen i gata skal ha interesse av og forstå det (Sved, 11.03.2010).

Fagpressen henvender seg til definerte målgrupper og kan derfor forvente en viss forkunnskap hos leserne. Samtidig ønsker flere fagblader å nå en større lesergruppe enn den umiddelbare målgruppen. Derfor anser flere fagblader det som viktig å bli sitert av annen media (se kapittel 2.4). Dette forholdet er fremtredende hos informantene, hvorav alle anså det som viktig å bli sitert i dagspressen. Redaktør i *Sykepleien* mener imidlertid dette kommer i annen rekke:

Det er kvalitet på våre egne premisser som er viktigst, men vi ønsker selvfølgelig å være gode på nyheter, og en målestokk for det er jo også om andre medier er interessert i sakene våre. (Tholens, 05.03.2010).

Journalistinformanten i *Apollon* representerer det andre ytterpunktet, og mener det er ”alfa omega” å bli sitert av dagspressen. Han mener imidlertid at dette ønsket ikke påvirker journalistikken:

Vi hadde ikke skrevet noe annerledes. Jeg går ikke på akkord med meg selv når jeg forenkler sakene. Men jeg er opptatt av at så lenge leserne våre ikke skjønner hva vi skriver, så har vi tapt (Vogt, 02.03.2010).

Dette synspunktet går igjen hos de fleste informantene. Det er lesernes interesser som kommer i første rekke, og i ettertid undersøker redaksjonene om dagspressen kan ha nytte av deres saker. Redaktøren i *Handelsbladet FK* mener de ikke har andre medier i tankene ved utvelgelse av saker:

Det er ikke det vi har for øyet når vi lager en sak. (...) Spørsmålet vi stiller oss hver gang er; hvorfor er dette interessant for leserne våre? Og så kan man stille spørsmålet etterpå om det er interessant for mange andre (Knudsen, 22.03.2010).

Flere av informantene har imidlertid bakgrunn fra dagspressen, og mener de har samme tankegang ved produksjon av artikler. Dette kan, slik redaktøren i *Psykisk helse* poengterer, gi en lignende journalistikk: ”Det er jo ikke sånn at vi vil skrive om noe for da kan vi komme i dagspressen, men vi har jo alle bakgrunn fra dagspressen og tenker sånn som dagspressejournalister på nyheter” (Paulsen, 03.03.2010).

Redaksjonene vet også hvilke virkemidler som kan benyttes for at artiklene blir sitatsaker. Redaktøren i *Kommunal Rapport* tror dette kan ha en liten innvirkning på journalistene:

Man vet jo hva som blir sitert, og spissformuleringsutspill og enkle tall er veldig salgbart. Det kan nok påvirke journalistikken litt, fordi journalister syntes det er veldig stas å bli sitert, men jeg er ikke sikker på om de sakene vi blir sitert på, nødvendigvis er de sakene leserne våre syntes er de mest interessante (Sved, 11.03.2010).

En siste forskjell å peke på mellom dagspressen og fagpressen er publiseringstiden. Der dagspressen har daglige deadlines, har redaksjonene i de utvalgte fagbladene ukentlige, til fire utgivelser i året. Journalistinformanten i *Jakt & Fiske* mener fagpressejournalistene slipper den daglige deadlinen, og at dette kan påvirke journalistikken: ”Du har en større arbeidsfrihet, så du har et mye større rom for å jobbe med kritisk journalistikk” (Skancke, 22.03.2010).

Fagbladjournalistene må heller ikke kjempe om plassen i like stor grad som nyhetsjournalistene må. Redaktør i *Psykisk helse* anser dette som positivt: ”Fordelen med et blad er at du kan få snakke ferdig” (Paulsen, 03.03.2010). I *Apollon*, som utkommer fire ganger i året, mener imidlertid journalistinformanten at den lange trykktiden kan være problematisk, fordi redaksjonen må vurdere hva som er en nyhet flere måneder frem i tid. Dette tvinger redaksjonen til å finne nye vinklinger. Journalisten eksemplifiserer dette med avsløringen av Jon Sudbøs forskningsjuks<sup>29</sup>:

(...) Da Sudbø ble avslørt på Universitetet måtte vi prøve å finne en vinkel som holdt to måneder frem i tid, som ingen andre kom på. Han hadde en del medforfattere, så vi bestemte oss for å finne rekorden på antall medforfattere ved universitetet (...) Vi fant en rekord på 383 medforfattere, så vi lagde en sak på det. Slik fant vi vår egen vinkling for å ha en nyhet tross den lange trykningstiden (Vogt, 02.03.2010).

---

<sup>29</sup> Granskningskommisjonen la 30. juni 2006 frem en rapport som konkluderte med at 15 vitenskaplige artikler fra kreftforsker Jon Sudbø måtte trekkes tilbake. Artiklene var bygget på oppdiktet eller manipulert data (Apollon.no, ”Knusende kritikk av Sudbø”).

Eksempelet viser, at ved å måtte finne nye vinklinger, vil også en sak belyses på en ny måte. Man henger seg derfor ikke på de rådende tolkningsrammene. Selv om *Apollon*, i dette tilfellet, ikke presenterer en helt ny tolkningsramme (fusk er fortsatt galt), settes hendelsen inn i en videre kontekst (kan det finnes flere lignende tilfeller?). Slik rettes blikket utover enkelttilfellet, og en alternativ tolkning presenteres. En slik utfordring av dominerende tolkningsrammer kan, i følge Entman, resultere i nyheter hvor to eller flere tolkninger av et problem presenteres. Han mener dette krever mye av journalisten, men det kan resultere i en mer balansert rapportering: “This task would require a far more active and sophisticated role for reporters than they now take, resulting in a more balanced reporting than what the formulaic norm of objectivity produces” (Entman 1993:57).

Fagpressen kan tilby alternative tolkningsrammer og gå raskere i dybden på en hendelse, både på grunn av en lang trykkesetid og en forventet kunnskap hos leserne. Dette betyr imidlertid ikke at fagpressen *ikke* lar seg påvirke av dagspressen og deres normer for hva som utgjør en nyhet. Et eksempel på dette finnes i den tidligere presenterte artikkelen ”Fritt frem i kosttilskuddhylla” (37/2009) fra *Handelsbladet FK*. Artikkelen presenteres også ved forsideoppslaget ”- Mange vet ikke hva de selger”, som også er tittelen på sakens underartikkel. Disse titlene legger tilsynelatende mye ansvar på kjøpmennene, fordi de ikke vet hva de selger, og at det derfor er fritt frem i deres hyller. Ved å benytte Greimas aktantmodell (1974), for å se nærmere på artikkelens roller og relasjoner, viser det seg imidlertid at dette fokuset ikke er gjennomgående i artikkelens brødtekst. Artikkelens prosjekt er å oppnå et klarere regelverk og bedre merkede omega 3 produkter. Dette skal gi bedre produkter og dermed et mer oversiktlig marked (objekt). Dette skal komme forbrukerne til gode, men også kjøpmennene, slik at de har bedre oversikt over hva de selger (mottakere). De som kan hjelpe til med kontroller og regelverk, er blant annet Mattilsynet og Helsedirektoratet. Inkluderes underartikkelen, er fettforsker Vogt også en sentral hjelper, ettersom han forsker på produktenes kvalitet (hjelpere). Artikkelen har imidlertid flere motstandere. Utydelig og forskjelligartet merking av produktene gjør produsenter og andre markedsaktører til syndebukker. Samtidig er manglende kontroll, regler og lovverk med på å gjøre prosjektet vanskelig å realisere (motstandere).

Denne rolletildelingen viser at kjøpmennene, som i overskriftene ble beskyldt for ikke å vite hva de selger, ikke er prosjektets motstandere. De er heller offer for produsenters markedsføring samt manglende lovverk. Titlenes fokus på kjøpmennene som prosjektets

motstandere støtter ulike nyhetskriterier. For det første har hendelsen en kulturell nærhet for leserne og identifikasjonskriteriet understøttes. For det andre støttes sensasjonskriteriet fordi det er unormalt at kjøpmenn ikke vet hva de selger. At disse kriteriene ikke følges opp i brødteksten kan indikere at saken presenteres *som om* den er sensasjonell eller identifiserbar, for å øke sin nyhetsverdi (Hågvar 2007:49). Et lignende tilfelle finnes i *Sykepleien* med artikkelen ”Sykepleiere svikter meldeplikten” (13/2009), som på forsiden presenteres under oppslaget ”Melder ikke vold mot barn”. Også her modifiseres kritikken mot sykepleierne i brødteksten. En nærmere analyse av denne artikkelens roller og relasjoner finnes i neste kapittel (7.6).

Denne gjennomgangen viser at flere av informantene anser eget fagblad som et nyhetsmedium, kaller seg en avis eller har erfaring fra dagspressen. Dette kan føre til at de implementerer dagspressens normer for hva som utgjør en nyhet. Samtidig gir bladenes lengre trykkesid og redaksjonenes og målgruppens forventede kunnskap en mulighet til å kunne gå dypere i sakene. Slik frir fagpressen seg fra mange av dagspressens begrensninger – begrensninger Patterson mener resulterer i nyhetsjournalistikkens overfladiske analyser:

Superficial analysis is a predictable result of the severe constraints within which journalists operate. They seldom have time to probe the underlying causes of a day's event and are freed by the steady churn of the news cycle from taking full account of the cumulative developments in a running story (Patterson 1997:449).

Fagbladene har bedre tid til å undersøke bakenforliggende årsaker og er derfor mindre utsatt med hensyn til å foretrekke ubestridelige fakta og enkle interesser (ibid). At fagbladene mener de selv går i dybden, og at dagspressen har en mer overfladisk dekning, tilsvarer at førstnevnte ikke er like bundet av nyhetsinstitusjonens rammer. Fagbladene er heller ikke like bundet av å dekke plutselige hendelser, og kan fokusere mer på langvarige forhold (ibid:447-448). En nødvendig tanke om hva som utgjør en nyhet frem i tid, kan også føre til at fagbladene i større grad har mulighet til å utfordre dagspressens dominerende tolkningsrammer og slik gi en mer balansert dekning (Entman 1993:57). Nyhetskriteriene konflikt, sensasjon og aktualitet er heller ikke like avgjørende i fagbladens deknings, selv om de benyttes.

## **7.5 Fagpressens forhold til egen målgruppe**

Ettersom fagpressen har en definert målgruppe, må det spørres om forholdet til denne påvirker fagbladens evne til å utøve kritisk journalistikk.

I intervjuene anser ingen av informantene det som problematisk å rette et kritisk søkelys mot egen målgruppe. Uttalelsene kommer imidlertid med modifikasjoner. Redaktør i *Kommunal Rapport* anser det som uproblematisk ”så lenge vi er skikkelige og de får forsvare seg” (Sved, 11.03.2010). I *Psykisk helse* har jeg funnet lite kritikk som direkte rettes mot målgruppen. Journalistinformaten kan fortelle at dette til en viss grad er bevisst:

Det kan nok på en måte være bevisst, fordi man ønsker å motvirke det synet som jeg opplever at for eksempel VG står mye for. At hvis du er psykisk syk, så er du også farlig for omgivelsene. Og det er grunnlaget for alle fordommene, tabuet og skammen rundt det å ha psykiske problemer, at man selv blir redd for å være farlig (...) Spørsmålet er jo om det er for mye, sånn at det oppleves som propaganda (Thoresen, 03.03.2010).

Journalisten jobber mot stigmatiseringen av psykisk syke. Hun unnlater imidlertid ikke å komme med kritikk mot målgruppen, dersom det er nødvendig: ”Hvis det er en helt spesiell grunn så ville jeg selvfølgelig ha kritisert målgruppen. Vi skriver jo for eksempel at de må passe på at de ikke får en pasientholdning til seg selv” (ibid). Kritikken skal dermed hjelpe leserne. Redaktør i *Budbæreren* mener også en eventuell kritikk mot målgruppen bør vise at man ønsker dem vel:

Mottoet på bladet er ”sannheten, troen og kjærligheten”, og det syntes jeg er et veldig godt journalistisk prinsipp også. Du skal være tro mot sannheten, og sannheten er også de negative sidene av virkeligheten. Men du skal vise det i kjærlighet, altså vite hvorfor du skriver om ting (Wiecek, 13.04.2010).

Redaktøren i *Sykepleien* mener også det er viktig å vise at kritikken er ment for å hjelpe:

Det er lettere å kritisere deg som leser hvis jeg samtidig viser at det er godt tenkt, og det har vi forsøkt å gjøre med bladet. Vi er sykepleierens venn, men da betyr det også at vi kan være litt kritiske (Tholens, 05.03.2010).

Dette utsagnet kan eksemplifiseres ved igjen å benytte Greimas aktantmodell (1974), for å se hvordan roller og deres relasjoner fremstilles i artikkelen ”Sykepleiere svikter meldeplikten” (13/2009). Artikkelen er en del av temaet ”Vold mot barn” og har fire tilhørende artikler. Temaet presenteres også på bladets forside, under tittelen ”Melder ikke vold mot barn”. Fokuset er rettet mot sykepleiere som svikter sin meldeplikt om overgrep mot barn. Artikkelens prosjekt er å få sykepleiere til å se bortenfor taushetsplikten og heller følge sin opplysningsplikt. Sykepleiere (og annet helsepersonell) er avsendere av disse meldingene, som skal sendes til politi eller barnevern, slik at barn som utsettes for overgrep eller omsorgssvikt, kan hjelpes. Selv om sykepleierne er avsenderne av rapportene, er det også de



som fremstilles som prosjektets motstandere. At sykepleiere ikke gjør en god nok jobb, kommer tydelig frem allerede i titlene ”Sykepleierne svikter meldeplikten” og ”Melder ikke vold mot barn”. Det interessante er at sykepleiernes mangelfulle meldeplikt forsvares i artiklene. Vi får blant annet opplyst at sykepleiere tenker for mye på foreldrene, sakene er ofte komplekse, og meldingene følges ikke alltid opp. Samtidig jobber sykepleiere mye alene og mangler støtte, kunnskap og mot. De mangler nære kolleger, og bekymrer seg for hva som skjer med barnet, dersom foreldrene havner i fengsel. Sykepleierne kan også oppleve ubehageligheter ved at navnet deres henges ut på nett av sinte mennesker, ettersom barnevernssaker ofte medfører opprørende familiesituasjoner.

Det viser seg med andre ord at kritikken mot sykepleierne ikke er like krass som bladets forside og artikkelens tittel tilsier. Artikkelen inntar ikke en grunnleggende kritisk holdning til sykepleiernes rolle og deres faglige innsats, men belyser vanskeligheter en sykepleier kan møte i forbindelse med problemstillinger tilknyttet taushetsplikt og meldeplikt. Sykepleiernes svik modereres også ved å se på tekstens agens og patiens. I tittelen ”Sykepleiere svikter meldeplikten”, er sykepleierne agens, altså tekstens deltagende aktører som igangsetter en handling. Det er imidlertid meldeplikten de svikter, ikke barna. Selv om en sviktende meldeplikt kan indikere et svik mot barn, kunne kritikken mot sykepleierne oppfattes skarpere dersom det stod ”Sykepleiere svikter overgrepssatte barn”. Meldeplikten, og ikke barna, blir dermed patiens, objektet som påvirkes av andres handling. Videre i artikkelen modereres også sykepleiernes handlinger. I brødteksten fremkommer det at sykepleierne *vegrer* seg for å melde, og at de heller vil *hjelp*e enn å *angi*. Slik tilskrives sykepleierne gode kvaliteter, fordi å hjelpe fremfor å angi må anses som en medmenneskelig kvalitet.

Eksempelet viser at *Sykepleien* retter kritikk mot egen målgruppe, men belyser samtidig hvorfor sykepleiere kan svikte sin meldeplikt. Slik får artikkelen en ekstra dimensjon. I stedet for bare å påpeke et kritikkverdig forhold, prøver bladet å peke på faktorer som kan forbedre situasjonen. Slik viser *Sykepleien* at de ikke kun ønsker å kritisere, men også er løsningsorientert. *Sykepleiens* redaktør mener en kombinasjon av nyhet og læring er vanlig i deres temaer:

Et tema kan inneholde nyheter, men vi stopper ikke ved selve nyheten. Det ligger også noe læring i det for sykepleierne, slik at de forstår hva man kan gjøre med en problemstilling. (...) Sykepleierne vil jo ikke bare høre negative ting om helsevesenet, vi vil jo gjerne bidra til at det blir bedre (Tholens, 05.03.2010).

At målgruppen ikke bare ønsker å høre negative ting, er en utbredt holdning blant informantene. Alle ønsket å avdekke kritikkverdige forhold, men flere la vekt på at dette også innebærer noen begrensninger. Journalistinformanten i *Handelsbladet FK* fremstiller det slik:

Det er vår oppgave absolutt. Samtidig mener jeg at vi vil undergrave oss selv hvis vi bare gjør det, fordi folk vil ha gla` saker. De vil lese om ICA som sponser fattighuset, eller ha lokalavis ting, som hvem var på det møtet og hva sa de (...) (Haugdahl, 25.03.2010).

Journalisten trekker her en sammenligning til lokalaviser. Fagbladene kan sies å henvende seg til et "lokalmiljø" innen samfunnet, og har slik flere av de samme funksjonene som en lokalavis. At flere fagblader ikke anser det som problematisk å kritisere målgruppen, men samtidig viser at de gjerne gjør det for lesernes eget beste, indikerer at fagblader i likhet med lokalaviser har, slik Sande påpeker, både en kritisk og en sosial dimensjon (Sande, 2006). Deres "lim og lupe" funksjon gjør at fagbladene på den ene siden skal ivareta den "lokale" identiteten, samtidig som de skal fungere som dette miljøets vaktbikkje. Fagbladenes "lim" funksjon behøver nødvendigvis ikke å gå utover den kritiske "lupe" journalistikken. Som både redaktør i *Sykepleien* og *Budbæreren* påpeker, er målgruppen mer mottakelige for kritikk dersom de vet at kritikken er ment for deres eget beste. Samtidig har fagbladene en unik mulighet til å avdekke forhold innen sitt miljø, nettopp på grunn av nærheten til organisasjonen. Om dette etterleves, fordrer imidlertid at det formelle er på plass og at fagbladene ikke innfører en form for selvsensur.

## **7.6 På lag med den "lille mann"**

Fagbladenes forhold til både sin utgiver og sin målgruppe viser at redaksjonene ikke anser det som problematisk å rette kritikk deres vei. Dette gjøres allikevel relativt sjelden. Spørsmålet er derfor hvem kritikken rettes oftest mot.

I følge informantene rettes kritikken oftest mot systemer og myndigheter, som har ansvar på angjeldende fagområde. For *Kommunal Rapport* betyr det kommunesektoren og Staten, Stortinget og departementer, så lenge det er i "skjæringspunktet i forhold til kommunesektoren" (Sved, 11.03.2010). *Jakt & Fiske* retter ofte kritikk mot Direktoratet for naturforvaltning, *Sykepleien* mot Helsedirektoratet og *Apollon* mot forskningsrådet og det angjeldende departement. *Psykisk helse* retter kritikk mot helsevesenet og behandlingsapparatet, mens *Handelsbladet FK* kan rette kritikk mot grossistledelsen, men

også lovverket og utøvelsen av dette, som matlovgivningen og Mattilsynet. I *Budbæreren* bemerker redaktøren at hun ikke er så glad i konflikter, men kritikken rettes oftest mot systemer og trender i samfunnet:

Som menneske er jeg ikke så glad i konflikt, så hvis jeg skal greie å kritisere noen må det være systemer eller holdninger. Altså en samfunnskritikk, men ikke bare det norske samfunn, men dette lille kirkesamfunn (...) Vi blir på en måte vaktbikkje for trender i samfunnet (Wiecek, 13.04.2010).

Et kjennetegn hos bladene er at kritikken rettes oppover og sjelden er personorientert. Slik står bladene på ”den lille manns” side. Journalist i *Handelsbladet FK* understreker dette: ”Vi retter kritikk mot systemer, og det er i hvert fall ikke kjøpmannen. Vi står veldig på kjøpmannens side, så det går oppover” (Haugdahl, 25.03.2010). At kritikken rettes oppover understrekes også av redaktøren i *Jakt & Fiske*: ”Vi retter kritikk mot forvaltningen og de politiske myndighetene (...) Så det er klart, vi prøver jo å slå oppover, prøver å hjelpe den lille man” (Kirkemo, 10.03.2010).

Av de artiklene jeg har analysert, som utgjør bakgrunnen for det jeg skriver her<sup>30</sup>, er det kun i *Kommunal Rapport* kritikken rettes mot en enkeltperson. I artikkelen ”Terra-kommunen Hemnes i terapi” (36/2009) fremkommer det at rådmann Arne Sørensen har holdt gestaltterapikurs for ansatte. Artikkelen retter kritikk mot formannskapet som har bevilget penger til disse kursene, tross kommunes dårlige økonomi. Hovedfokuset er imidlertid på rådmannens uheldige rolleblanding, som arbeidsgiver og terapeut. Journalisten bak artikkelen kan fortelle at han ikke anser den som et typisk eksempel på kritisk journalistikk, nettopp på grunn av personfokuset: ”Jeg syntes egentlig det bør gå mindre på person og mer på tjenester – ideelt sett” (Krossli, 11.03.2010). Ettersom *Kommunal Rapport* dekker 430 kommuner og 19 fylkeskommuner, vil det til stadighet forekomme feil begått av enkeltpersoner. Patterson understreker at demokratier derfor trenger en vakthundpresse som kan skille reelle overgrep fra feiltrinn (Patterson 1997:453). Artikkelen retter for øvrig også kritikk mot kommunens (dvs. formannskapets) dårlige dømmekraft, ettersom de har godkjent kurset. Slik blir ikke artikkelen kun en eksponering av rådmannen, men nærmer seg en undersøkende journalistikk som peker på feil i samfunnet. Avsløringen foregår i offentlighetens interesse fordi andre kommuner kan lære av feilene begått i Hemnes. I etterkant av artikkelen ble kursene stoppet, rapporteringen førte dermed til en regulering. Dette er punkter de Burgh anser som essensielt for undersøkende journalistikk:

---

<sup>30</sup> Jeg har analysert en tekst fra hvert blad. Ikke alle refereres til i denne analysen.

They [investigative journalists] are doing more than disagreeing with how society runs; they are pointing out that it is failing by its own standards. They expose, but they expose in the public interest, which they define. Their efforts, if successful, alert us to failures in the system and lead to politicians, lawyers and policemen taking action even as they fulminate, action that may result in legislation or regulation (de Burgh, 2008:20).

Som vist under kapittelet om fagpressens forhold til sin målgruppe, er kritikk rettet mot målgruppen ofte ment konstruktivt. Man ønsker med andre ord å hjelpe leserne, fremfor kun å påpeke feil. Felles for kritikken, enten den rettes mot egen målgruppe, utgiver eller forhold som påvirker fagområdet, er at kritikken ofte rettes mot det eller de som bryter med utgivers verdigrunnlag. Fagbladene blir slik en talsmann for målgruppen, som overvåker sitt ”lokalsamfunn” og kritiserer og rettleder der verdigrunnlaget brytes.

## 8. Avslutning

---

I dette kapittelet vil jeg oppsummere mine funn og benytte dem til å besvare problemstillingen *Hva kjennetegner den kritiske journalistikken i fagpressen?* Funnene presenteres i tilknytning til punktene tidligere ilagt begrepet kritisk journalistikk; uavhengighet, metode, resultat og holdning. Deretter ses funnene i lys av stakeholder media.

### 8.1 Kritisk journalistikk som uavhengighet

Analysen viser at fagbladene anser Redaktørplakaten som viktig, og at denne verner redaksjonene mot å bli styrt av eier. Eier kan komme med tips, og redaksjonene er lydhøre for kritikk, men eier kan ikke direkte styre det redaksjonelle arbeidet. Dette indikerer at utvalget har et profesjonelt forhold til sin utgiver, og at innføringen av Redaktørplakaten har vært et viktig tilskudd for fagpressens uavhengighet. I forlengelsen av dette anser de utvalgte fagbladene det som uproblematisk å kritisere egen eier og eiers interesser, men denne kritikken representerer ikke fundamentale motsetninger fra eiers ståsted. Utgivers rettigheter ligger i både Redaktørplakaten og bladets formålsparagraf. Slik er utgiver med på å bestemme fagbladets grunnsyn, og informantene er klar over hvor de arbeider. Redaksjon og utgiver har et felles verdigrunnlag, og dersom kritikk rettes mot utgiver, er dette hovedsakelig hvis utgiver selv bryter det felles verdigrunnlaget.

Selv om de utvalgte fagbladene kan rette et kritisk blikk mot egen utgiver, anses ikke dette som bladenes fremste funksjon. Der *Sykepleien*, som et yrkesblad, kan kritisere NSF dersom de ikke arbeider for sykepleiernes beste, er *Jakt & Fiske*, som et hobby- og fritidsblad, mer fokusert på sin rekreative funksjon, enn å skrive om interne organisasjonsmessige forhold. Dette tyder på at kritikk rettet mot utgiver, kan avhenge av fagbladets kategoritilhørighet.

Videre viser analysen at flere fagblader mener kritikk mot utgiver kan henge sammen med et ønske om å vise sin uavhengighet. Da Redaktørplakaten ble gjort obligatorisk først i 1996 i fagpressen, og rollefordelingen mellom utgiver og redaktør lenge var uklar, ble fagblader lenge ansett som eiers talerør. En kritikk av utgiver bekrefter dermed fagbladenes nåværende uavhengighet, men peker samtidig på fagbladenes ønske om å vise at deres kritiske journalistikk er bedre enn sitt rykte.

## 8.2 Kritisk journalistikk som metode og resultat

De utvalgte fagbladene har gode muligheter til å bedrive kildekritikk. Informantene anser kildekritikk som viktig, og mener en faktakontroll og bredde i kildeutvalget er av stor betydning. At fagbladene retter seg mot et spesialisert område, innebærer at journalistene kjenner dekningsområdet godt, samt har kjennskap til bruk av bestemte kildetyper. En slik spesialisering, kan tyde på at fagbladene også innehar en bevissthet overfor pressgrupper, eller en kildes skjulte agenda. Fagbladene har samtidig mulighet til å sette seg inn i en saks kjerne, og oppsøke flere kilder på grunn av en lengre trykkesid. Allikevel forekommer skjevheter i fagbladenes saksfremstillinger, og fagpressen er heller ikke fri for ytre påvirkninger. Få redaksjonsansatte gir fagbladene mindre tid per sak, noe som også kan innebære en større grad av referatjournalistikk med bruk av færre kilder. Fagbladenes begrensede dekningsområde innebærer også et mer begrenset kildetilfang. At fagbladene har et bevisst forhold til sin kildebruk viser imidlertid at de utvalgte fagbladene anser kildekritikk som en integrert del av deres arbeidsrutiner. Fagbladene har ofte en ekspertstatus innen sitt område, noe som gjør at redaksjonene anser kildekritikk som viktig for bladets troverdighet. Om fagbladenes lesere ikke kan ha tillitt til den presenterte informasjonen, vil fagbladenes troverdighet reduseres. At 80 % av DNFFs medlemsblader har opplevd å bli sitert av andre medier, kan indikere at øvrige medier mener fagbladenes spesialiserte kunnskap representerer en troverdig kritisk journalistikk.

Foruten kunnskapen fagbladene selv har innen et definert område, kan fagbladene samtidig forvente en forkunnskap hos sine lesere. Dette gjør at fagbladene lettere kan gå i dybden på komplekse saker. Således kan man forvente at fagbladene utøver en undersøkende journalistikk. Analysen viser at en slik journalistikk finner sted, men at det ofte er for tids- og ressurskrevende for redaksjonene. Den undersøkende journalistikken, der journalisten går inn for å avdekke en tåkelagt virkelighet, er derfor ikke fremtredende hos fagpressen. Derimot frir fagpressen seg på mange måter fra nyhetskriteriene, ved ikke å komme inn under nyhetsagendaen. Sensasjonskriteriet er nesten fraværende i fagpressen, og der aktualitet er viktig for blader med hyppige utgivelser, tilsvarer aktualitet for andre fagblader en presentasjon av alternative tolkningsrammer. Slik presenterer fagbladene saker som ikke opptar plass i de relativt homogene nyhetsmediene. I det totale mediebildet tilbyr dermed fagbladene andre og flere stemmer.

En avdekning av kritikkverdige forhold kan ses i sammenheng med den undersøkende journalistikken, hvor ressurser og tid spiller inn på forskjellen mellom fagbladenes normative og deskriptive journalistikk. Fagbladene mener det er viktig å avdekke kritikkverdige forhold innen sitt område, men syntes de gjør dette for lite. Analysen viser imidlertid at en slik avdekning har funnet sted. Fagbladenes kjennskap til sitt område, og relativt tette forhold til sin utgiver, gir bladene en posisjon hvor de lettere kan oppdage kritikkverdige forhold i egne rekker. Informantene anser dette som en viktig posisjon, noe som kan eksemplifiseres ved redaktøren i *Kommunal Rapport* sitt spørsmål; ”hvem er bedre til å gjøre det enn oss?” (Sved, 11.03.2010). Samtidig understreker flere informanter at de undergraver seg selv dersom de kun fokuserer på avdekninger av kritikkverdige forhold. Dette viser at fagbladene har en sosial, så vel som kritisk funksjon. Fagpressen har en kort avstand til leserne, og å fungere som sitt områdes ”lim” og skape samhold, er en viktig funksjon for flere blader. Derfor er også nyhetskriteriene vesentlighet og identifikasjon mest fremtredene hos de utvalgte fagbladene. At fagbladene står på lag med ”den lille mann”, som ofte representeres av målgruppen, understreker også at fagbladene er tett knyttet til sine lesere. Fagbladenes sosiale funksjon trenger imidlertid ikke å utelukke deres kritiske funksjon. Der kritikken rettes mot egen målgruppe, kan den sosiale funksjonen være en forutsetning for lydhøre lesere, når kritikken rettes mot dem. At fagbladene ikke er like bundet av nyhetskriteriene innebærer også at de i liten grad benytter konfliktkriteriet, hvorav fokus rettes mot negative saker eller negative kommentarer skal støtte en kontrovers.

### **8.3 Kritisk journalistikk i lys av fagbladenes holdning**

På bakgrunn av fagpressens historie, med sen innføring av Redaktørplakaten og uklare rolleblandinger, har fagpressen kanskje i større grad enn andre medier, vært nødt til å reflektere over sin egen rolle og journalistikk. Ved å forsikre sin uavhengighet og troverdighet utad, har fagbladene måttet sette et kritisk søkelys på hvordan de selv fyller sin samfunnsrolle. Dette har gitt fagpressen et reflektert forhold overfor sitt eierskap og egenpresentasjon. En bevissthet over egen posisjon, rolle og metode gjør derfor at den kritiske journalistikken, som en journalistisk holdning, i stor grad er til stede i fagpressen.

### **8.4 Kritisk journalistikk som Stakeholder media**

At fagpressen på flere måter kan anses som stakeholder media, har innvirkning på fagpressens kritiske journalistikk. Selv om fagbladene er uavhengige, deler de samme verdigrunnlag som utgiver. Dette gjør at fagbladenes kritiske journalistikk ikke er nøytral. Kritik i *Sykepleien*

rettet mot Helsedirektoratet, eller kritikk i *Jakt & Fiske* rettet mot Direktoratet for naturforvaltning må derfor forstås i lys av utgivers interesser. Fagbladene har derimot en åpen stillingtagen til utgivers mål og motiver. Dette tilsier at den kritiske journalistikken i fagpressen er forankret i andre verdier enn kun de journalistiske. Fagpressens synlige utgiver kan derfor styrke den kritiske journalistikken, fordi man er oppmerksom på hvilke kriterier som ligger til grunn. Den kritiske journalistikken må derfor forstås innen de rammene dette verdigrunnlaget fremstiller. At Hunter og Van Wassenhove mener den undersøkende journalistikken vil avta i dagspressen, men øke i stakeholder media, fordi sistnevnte kjenner sitt område best, øker fagpressens sjanser til å bedrive kritisk journalistikk (2010:3).

Hunter peker på et paradigmeskifte mellom nyhetsmedier og stakeholder medier, hvor nyhetsmedier presenterer et problem, mens stakeholder media finner løsninger på problemet (Hunter, 20.03.2010). Som analysen viser, er fagbladene opptatt av at kritikken skal hjelpe og vise at man ønsker leserne vel. Der kritikken rettes mot målgruppen, presenteres også forhold som kan forbedre situasjonen. Dette kan ses i lys av fagpressens kritiske, men samtidig sosiale funksjon.

Den kritiske journalistikken i fagpressen kjennetegnes dermed ved at fagbladene er uavhengige av utgiver, men kritiske utspill må ses i lys av utgivers og fagbladets felles verdigrunnlag. Fagbladene har stor kjennskap til et område og utøver kildekritikk av presseetiske grunner, men også for å bevare sin troverdighet. Den undersøkende journalistikken er mest fremtredende ved at fagbladene i det totale mediebildet kan presentere alternative tolkningsrammer, og representerer stemmer som ellers ikke blir hørt. Fagbladene avdekker kritikkverdige forhold, men anser ikke dette som sin eneste funksjon. Fagbladenes fokus på å presentere hyggelige saker, samt at de ikke omfattes i stor grad av nyhetskriteriene, gjør at motstridende synspunkter sjelden presenteres for konfliktens skyld. Samlet viser dette at et viktig kjennetegn ved fagpressens kritiske journalistikk er dens konstruktive tilnærming.



## Referanser

---

- Agelen, Tone Sofie. 2007. "Nyhetsverdier og medieslitasje" I: Todal, Anders Jenssen og Aalberg, Toril (red.). *Den medialiserte politikken*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Allern, Sigurd. 1997. *Når kildene byr opp til dans. Søkelys på PR-byråene og journalistikken*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Allern, Sigurd. 2001. *Flokkdyr på Løvebakken. Søkelys på Stortingets presselosje og politikkens medierammer*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Allern, Sigurd. 2004. "Fra politikermakt til journalistmakt" I: Aardal, Bernt, Krogstad, Anne og Narud, Hanne Marte (red.). *I valgkampens hete*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Allern, Sigurd. 2007. "LO-leder i mediedrev. En analyse av LOs fagblader i Yssen/Valla konflikten". Universitetet i Oslo. Power-point tilsendt pr. e-post fra forfatteren 07.12.2009.
- Almindelig borgerlig Straffelov, 43de Kapitel. *Forseelser, forøvede ved trykt Skrift*. Lov av 22. mai 1902
- Benson, Rodney. 2010. "What Makes for a Critical Press? A Case Study of French and U.S. Immigration News Coverage" I: *The International Journal of Press/Politics* 15(1): side 3-24
- Berulfsen, Bjarne og Gundersen, Dag. 2004. *Fremmedord og synonymer, blå ordbok*. Oslo: Kunnskapsforlaget.
- Bonde, Arne. 1997. *For kunnskap i tiden. Den Norske Fagpresses Forening 100 år: 1898-1998*. Oslo: Den Norske Fagpresses Forening.
- Cook, Timothy E. 2005. *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: The University of Chicago Press
- de Burgh, Hugo. 2008. *Investigative journalism*. London & New York: Routledge
- Deuze Mark. 2010. "Journalism and convergence culture" I: Stuart Allan. *The Routledge Companion to News and Journalism*. London: Routledge
- Eide, Martin. 2000. *Den redigerende makt: redaktørrollens norske historie*. Kristiansand: IJ-forlag
- Eide, Martin. 2001. "Journalistisk makt. Et oppslag". I: Eide, Martin (red.) *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Ekström, Mats og Nohrstedt, Stig Arne. 1996. *Journalistikens etiska problem*. Stockholm: Rabén prisma

- Entman, Robert M. 1993. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm" I: *Journal of communication* 43(4): side 51-58.
- Ertzeid, Vidar. "Redaktørens hjørne. Den oppsøkende journalistikken". *Tenner & Helse* nr. 2/2008
- Galtung, Johan og Ruge, Mari Holmboe. 1965. "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers" I: *Journal of Peace Research* vol. 2 nr 1: side 64-90
- Greimas, Algirda, J. 1966. *Sémantique structurale. Recherche de méthode*. Paris: Librairie Larousse
- Greimas, Algirda, J. 1974. *Strukturel semantik*. Odense: Borgens Forlag
- Grepstad, Ottar. 1998. "Sakprosaens linjer" I: Johnsen, Egil Børre (red) og Eriksen, Trond Berg. *Norsk litteraturhistorie. Sakprosa fra 1750-1995. Bind II 1920-1995*. Oslo: Universitetsforlaget
- Gripsrud, Jostein. 2002. *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget
- Grunnloven. Norges Riges Grunnlov av 17. mai 1814
- Grønmo, Sigmund. 2007. *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget
- Hjarvard, Stig. 1995. *Internationale TV-nyheder. En historisk analyse af det europæiske system for udveksling af TV-nyheder*. København: Akademisk Forlag
- Hornmoen, Harald. 1999. *Vitenskapens vakthunder*. Oslo: Tano Aschehoug
- Høyer, Svennik. 1989. *Små samtaler og store medier*. Oslo: Universitetsforlaget
- Hågvar, Yngve Benestad. 2007. *Å forstå avisa. Innføring i praktisk presseanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget
- Ihlen, Øyvind. 2007. *Petroleumsparadisets. Norsk oljeindustris strategiske kommunikasjon og omdømmebygging*. Oslo: Unipub
- Ihlen, Øyvind og Robstad, Per. 2007. *Informasjon & samfunnskontakt – perspektiver og praksis*. Bergen: Fagbokforlaget
- Johansen, Petter. 2003. *Utgiverrollen i Fagpressen*. Oslo: Den Norske Fagpresses Forening
- Kabel, Lars og Sparre, Kirsten. 1999. *Nye nyheder: om nyhedsjournalistik og nyhedsdækning i dagblade, radio, tv og online*. Århus: Danmarks Journalisthøjskole, Center for Journalistik og Efteruddannelse Ajour
- Kvale, Steinar og Brinkmann, Svend. 2009. *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Klassekampen* 12.09.2008, s. 19, "En glemt suksesshistorie"
- Lov om redaksjonell fridom i media av 1. januar 2009, nr. 41

- Mathiesen, Morten E. u.å. *Fagpressens redaktørhåndbok*. Oslo: Den Norske Fagpresses Forening
- McNair, Brian. 1998. *The Sociology of Journalism*. London: Arnold
- Morlandstø, Lisbeth. 2002. "Journalistikk – en kritisk virksomhet?" Obligatorisk doktorgradsinnlegg i vitenskapsteori. Institutt for medievitenskap, Universitetet i Bergen. HBO-notat 6/2002
- Nielsen, Tove. 1984. *Norsk fagpresse – et medium for organisasjonssamfunnet*. Stensil nr.66. Oslo: Institutt for presseforskning, Universitetet i Oslo
- Nydal, Reidun og Monsen, Marianne (red.). 1989. *Den kastrerte redaktør. Yrkesorganisasjonenes ideal?* Fredrikstad: Institutt for journalistikk
- Nyman, Berit. 2009. "Sitert og vellykket – eller god nok på egen kjøp". Foredrag, 02.12.2009
- Omdal, Sven Egil. 1989. "Fagpressen journalistenes østfront?" I: Nydal, Reidun og Monsen, Marianne (red.). *Den kastrerte redaktør. Yrkesorganisasjonenes ideal?* Fredrikstad: Institutt for journalistikk
- Ottosen, Rune. 2004. *I Journalistikkens grenseland: journalistrollen mellom marked og idealer*. Kristiansand: IJ-forlag
- Patterson, Thomas E. 1997. "The News Media: An Effective Political Actor?" I: *Political Communication* 14(4) s. 445-455
- Raaum, Odd. 1999. *Pressen er løs! Fronter i journalistenes faglige frigjøring*. Oslo: Pax Forlag A/S
- Roksvold, Thore (red). 1997. *Avissjangerer over tid*. Fredrikstad: Institutt for journalistikk
- Roksvold, Thore. Vår 2009. Forelesning: *Språk og diskurs i journalistikken*, Høgskolen i Oslo
- Røst, Odd Harald, 2008. *Fra meddelelsesblad til mediehus. Fagbevegelsens fagblader fra 1876 til 2008*. Oslo: LOs forening for fagblad og informasjon.
- Schantz, Yvonne. 2002. *Tag os på ordet. Journalistikkens vilkår på fagbladene*. Århus: Forlaget Ajour
- Schwebs, Ture og Østbye, Helge. 2007. *Media i Samfunnet*. Oslo: Det Norske Samlaget
- Sheafer, Tamir og Dvir-Gvirsman, Shira. 2010. "The spoiler effect: Framing attitudes and expectations toward peace". I: *Journal of Peace Research* 47(2): side 205-215.
- Sveen, Barbro. 1991. *Fagpressen er viktig for alle ikke bare de sære*. Magistergradsavhandling i sosiologi. Oslo: Institutt for sosiologi, Universitetet i Oslo
- Sveen, Barbro. 1993. *Små samtaler og små medier. En rapport om fagpresse og mikromedier*. Rapport nr. 7, Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon. Universitetet i Oslo

- Svendsen, Åsfrid. 1992. *Tekstens mønstre. Innføring i litterær analyse*. Oslo: Universitetsforlaget
- Sørensen, Preben (red.). 1980. *Fagpressen – fremtidens massemedie*. København: Dansk Fagpresseforening.
- Tannæs, Egil et al. 1995. *Redaktør i fagpressen*. Oslo: Fagpressen
- Thagaard, Tove. 2003. *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget
- VG, 21.09.2009, s. 30 ”Skaper splid blant teaterfolk”
- Wangensteen, Boye (red.). 2005. *Bokmålsordboka. Definisjons- og rettskrivningsordbok*. Oslo: Kunnskapsforlaget
- Wolfsfeld, Gadi. 2004. *Media and the Path to Peace*. Cambridge: Cambridge University Press
- Økland, Stig. 2004. *Redaksjonell autonomi. En studie av fagbladet Bistandsaktueltts forhold til eier, Norad*. Hovedoppgave i medievitenskap. Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo
- Østbye, Helge, Knapskog, Karl, Helland, Knut og Larsen, Leif Ove. 2007. *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget
- Østlyngen, Trine og Øvrebø, Turid. 1999. *Journalistikk. Metode og fag*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Wasberg, Gunnar Christie. 1998. *Fagpressen i Norge. Et historisk perspektiv*. Oslo: Den Norske Fagpresses Forening.

#### **Internettkilder:**

*Aftenposten Innsikt*: ”Det beste fra de beste” URL:

<http://www.aftenposteninnsikt.no/category.php?categoryID=1> Lesedato: 25.01.2010

Apollon.no ”Knusende kritikk av Sudbø” URL:

[http://www.apollon.uio.no/vis/art/2006\\_2/Artikler/Sud-granskning](http://www.apollon.uio.no/vis/art/2006_2/Artikler/Sud-granskning) Lesedato: 15.05.2010

Danske Specialmedier: ”Vedtakter for Danske Specialmedier” URL:

<http://www.specialmedierne.dk/vedt%C3%A6gter-danske-specialmedier> Lesedato: 05.01.2010

Danske Specialmedier: ”Danske Specialmedier”

URL: <http://www.specialmedierne.dk/danske-specialmedier> Lesedato: 03.01.2010

Fagpressekatalogen URL: <http://www.fagpressekatalogen.no/> Første lesedato: 21.09.2009,  
Siste lesedato: 24.06.2010

*Fagpressen.no*, 06.01.2009, "English" URL: <http://www.fagpressen.no/id/2882.0> Lesedato:  
07.12.2009

*Fagpressen.no*, 06.01.2009, "Forpliktelser" URL: <http://www.fagpressen.no/id/2615.0>  
Lesedato: 08.12.2009

*Fagpressen.no*, 09.03.2007, "Vedtekter DNFF" URL: <http://www.fagpressen.no/id/1815.0>  
Lesedato 05.01.2010

*Fagpressenyt.no*, 18.09.2008, "Bistandsaktuelt nytt fagpressemedlem" URL:  
<http://www.fagpressen.no/id/2811.0> Lesedato 04.01.2010

*Fagpressenyt.no*, 11.02.2010, "Fagpressen økte marginalt" URL:  
<http://www.fagpressenyt.no/id/3561.0> Lesedato: 06.04.2010

*Fagpressenyt.no*, 21.10.2009, "Fevennen beklaget overfor Hus & Bolig" URL:  
<http://www.fagpressen.no/id/3443.0> Lesedato: 21.01.2010

Hansen, Even Trygve. 2008. "Jo, ikke så verst!" I: *Fagpressenyt.no*, 20.05.2008 URL:  
<http://www.fagpressen.no/id/2635> Lesedato: 06.10.2008

Hansen, Even Trygve. 2007. "Nisjer i full blomst" I: *Fagpressenyt.no*, 22.06.2007 URL:  
<http://www.fagpressen.no/id/2101> Lesedato: 06.10.2008

Hunter, Mark Lee. 20.03.2010. "New models for investigative media". Foredrag på SKUP  
konferansen 2010. URL:<http://www.journalisten.no/video/30808> Lesedato:  
30.05.2010

Hunter, Mark Lee og Van Wassenhove, Luk. 2010. *Disruptive News Technologies:  
Stakeholder Media and the Future of Watchdog Journalism Business Models*.  
INSEAD Working Paper. URL:  
[http://markleehunter.free.fr/documents/IJ\\_business.pdf](http://markleehunter.free.fr/documents/IJ_business.pdf) Lesedato: 30.05.2010

Jacobsen, Peter From. 2005. *Fagpressens flermediale fremtid*. Århus: Center for journalistikk  
& etteruddannelse URL: [www.cfje.dk/fff](http://www.cfje.dk/fff) Lesedato: 04.12.2009

*Journalisten.no* 13.03.2009 "DNs overmann" URL: <http://www.journalisten.no/story/57085>  
Lesedato: 29.06.2010

Lund, Anker Brink. 2005. *Fagpressen i den journalistiske fødekæde 1. Et undervurdert  
nyhetsmedie* URL:  
[http://www.cbs.dk/content/download/22794/318010/file/57663\\_INDHOLD\\_01.pdf](http://www.cbs.dk/content/download/22794/318010/file/57663_INDHOLD_01.pdf)  
Lesedato: 30.05.2010

Mediebedriftene.no "Om Mediebedriftenes Landsforening" URL:

<http://www.mediebedriftene.no/index.asp?id=78202> Lesedato: 01.03.2010

Medienorge "Statistikk" URL: <http://www.medienorge.uib.no/?cat=statistikk> Lesedato: 20.07.2010

Megafon. Formål beskrevet i Fagpressekatalogen.no URL:

<http://www.fagpressekatalogen.no/blader/0400.html> Lesedato: 12.01.2010

Merverdiavgiftshåndboken 6. utg. 2010.

URL: [http://www.skatteetaten.no/Upload/Brosjyrer%20og%20bok/mva-handboken-2010/Mva-h\\_ndboken\\_6\\_utg\\_69306a.pdf.pdf](http://www.skatteetaten.no/Upload/Brosjyrer%20og%20bok/mva-handboken-2010/Mva-h_ndboken_6_utg_69306a.pdf.pdf) Lesedato 22.06.2010

Norsk Kulturråd. 2010. URL:

<http://www.kulturrad.no/fagomrader/litteratur/periodiske-publikasjoner/uke--og-manedsaviser/> Lesedato: 12.01.2010

Norsk Offentlig Utredning 1995:3 URL:

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/nouer/1995/nou-1995-3/5.html?id=139779>  
Lesedato: 04.01.2010

Norsk Tidsskriftforening. 2009. "Bli medlem" URL:

<http://www.tidsskriftforeningen.no/index.php/nor/Bli-medlem> Lesedato: 05.01.2010

Norsk Tidsskriftforening "Om oss" URL:

<http://www.tidsskriftforeningen.no/index.php/nor/Om-oss> Lesedato: 05.01.2010

NRK *Dagsnytt atten* 21.01.2010 URL: [nrk\\_dagsnytt\\_atten\\_2010-0121-0603\\_43146.mp3](http://nrk.no/dagsnytt/atten/2010-0121-0603_43146.mp3)

Lesedato: 22.01.2010

NKK *Kulturnytt* 22.09.2009 "Hvorfor skal absolutt alt være for alle her i landet?" URL:

<http://www.nrk.no/nett-tv/klipp/552664/> Lesedato: 26.01.2010

Ottosen, Rune. 2005. "Fagpressen som kilde i nyhetsjournalistikken". Foredrag på

Fagpressedagen 15.november 2005. URL:

<http://www.pressefag.no/PK/Fagpressedag2005/nyhetskilde.doc> Lesedato: 09.09.2009

Redaktørplakaten, sist revidert i 2004 URL:

[http://presse.no/Pressens\\_Faglige\\_Utvalg\\_PFU/Redaktorplakaten/](http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Redaktorplakaten/) Lesedato: 24.06.2010

Rubin.no URL: <http://rubin.no/> Lesedato: 14.05.2010

Sande, Øystein. 2006. "Mellom lokal identitet og kritisk journalistikk – om lokalavisa som

fellesskapsbygger" URL: [http://www.pressehistorisk.no/%C3%B8ystein\\_sande.htm](http://www.pressehistorisk.no/%C3%B8ystein_sande.htm)

Lesedato: 20.04.2010

Strek. Formål beskrevet i Fagpressekatalogen.no URL:

<http://www.fagpressekatalogen.no/blader/0381.html> Lesedato: 29.06.2010

Sveriges Tidskrifter "Om oss" URL: <http://sverigestidskrifter.se/om-oss> Lesedato: 03.01.2010

Tekstreklameplakaten, sist revidert i 2007. URL:

[http://presse.no/Pressens\\_Faglige\\_Utvalg\\_PFU/Tekstreklameplakaten/](http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Tekstreklameplakaten/) Lesedato:  
06.04.2010

Vær Varsom -plakaten, sist revidert i 2007. URL:

[http://presse.no/Pressens\\_Faglige\\_Utvalg\\_PFU/Var\\_Varsom-plakaten/](http://presse.no/Pressens_Faglige_Utvalg_PFU/Var_Varsom-plakaten/) Lesedato:  
06.04.2010

Årsberetning. 2009. *Den vesentlige mediekanaalen*. Oslo: Den Norske Fagpresses Forening,  
Fagpressens informasjonsforening. URL:

[http://content.yudu.com/Library/A1n4mo/rsberetningforFagpre/resources/index.htm?r  
eferrerUr](http://content.yudu.com/Library/A1n4mo/rsberetningforFagpre/resources/index.htm?referrerUr) Lesedato: 18.03.2010

### **Personlige dokumenter:**

Bastiansen, Henrik Grue. Personlig e-post mottatt 07.12.2009

Juryomtale "Journalistprisen fra 2000-2009", personlig e-post fra Den Norske Fagpresses  
Forenings informasjonskontor, mottatt 07.10.2009

Hunter, Mark Lee. Personlig e-post mottatt 31.05.2010

Oppedal, Jarle. Redaktør i *Forbruker-rapporten*. Personlig telefonsamtale 21.01.2010

Staaavi, Tom. Redaktør i *Dine Penger*. Personlig e-post mottatt 19.02.2010

### **Artikler:**

#### ***Apollon:***

*Apollon* 2/2008 side 32-34 "- Rusavhengige deltar i forskning med livet som innsats"

*Apollon* 3/2008 Spesialutgave: "Vitenskapen endrer Afrika"

Christie, Nils: "I frivillighetens grenseland", *Apollon* 3/2008: side 48-49

Nickelsen, Trine: "Opplys våre mørke hjerter", *Apollon* 3/2008: side 4

Vogt, Yngve: "Tema: Nano", *Apollon* 4/2009: side 20-37

Vogt, Yngve: "Forskere ved UiO advarer: - Norge i bakevje", *Apollon* 4/2009: side 36-37

#### ***Budbæreren:***

*Budbæreren* 22-23/2008 side 3 "Tidligere barnehjemsbarn: - Sett og trodd, for så å bli glemt"

*Budbæreren* 19/2009 side 8-11 "Advarer mot økt bruk av porno blant unge"

Eriksen, Per: "Stevnemøte med vond fortid", *Budbæreren* 6/2001: side 6-11

Wiecek, Anne-Kristine Bjørgsvik: "Hva er Frikirkens merkevare? *Budbæreren* 17/2009: side 6-11

***Handelsbladet FK:***

*Handelsbladet FK* 37/2009 side 10-11 "Bunnpris runder fem milliarder"

*Handelsbladet FK* 37/2009 side 10-11 "Berg åpnet butikk nummer 200"

Haugdahl, Marit: "Fritt frem i kosttilskuddhylla", *Handelsbladet FK* 37/2009: side 4-5

Haugdahl, Marit: "- Mange vet ikke hva de selger", *Handelsbladet FK* 37/2009: side 5

***Jakt & Fiske:***

*Jakt & Fiske* 3/2009 side 22-26 "Beverblues på rocke-feller"

*Jakt & Fiske* 1-2/2010 side 13 "Røde tall"

Skancke, Torgeir W.: "Dokumentar: Skogbruk og vilt", *Jakt & Fiske* 3-5/2001

Skancke, Torgeir W.: "Dokumentar: Skagerrak-krisen, del 1-3", *Jakt & Fiske* 3-5/2003

Skancke, Torgeir W.: "- Lysfisket unndrar bifangst", *Jakt & Fiske* 7/2009: side 10-11

***Kommunal Rapport:***

*Kommunal Rapport* 21/2000 side 7 "KS kritiske til Kommunal Rapport"

*Kommunal Rapport* 31/2006 Bilag: "Budsjett"

*Kommunal Rapport* 41/2006 Bilag: "Frivillighet"

Krossli, Jan Inge: "Terra-kommunen Hemnes i terapi", *Kommunal Rapport* 36/2009: side 4-5

***Psykisk helse:***

Thoresen, Bente: "B2 fra innsiden", *Psykisk helse* 4/2002: side 8-16

Thoresen, Bente: "Frode Geitvik, toppleder og 70 prosent ufør: - Du kan gjøre en god jobb selv om du er syk", *Psykisk helse* 5/2004: side 8-13

Thoresen, Bente: "Fikk elektroshjokk uten bedøvelse", *Psykisk helse* 3/2009: side 8-10

Thoresen, Bente: "Innblikk: elektroshjokk", *Psykisk helse* 3/2009: side 8-15

***Sykepleien:***

Fonn, Marit: "I glemmeboken", *Sykepleien* 1/2006: side 52-59

Fonn, Marit: "Sykepleiere svikter meldeplikten", *Sykepleien* 13/2009: side 24-27

Fonn, Marit: "Tema: vold mot barn", *Sykepleien* 13/2009: side 24-33

*Sykepleien* 4/2007 side 28-31 "Revisjonen av NSF"

*Sykepleien* 11/2007 side 60 "Revisjonen av NSF"

*Sykepleien* 10/2008 Spesialutgave: "24 timer. 24 historier"

*Sykepleien* 1/2009 side 5 "Sykepleiens formålsparagraf"

*Sykepleien* 2/2010 side 16 "Streiker for retten til tariffavtale"

*Sykepleien* 2/2010 side 71 "Gi eldre en verdig død"



**Intervjuer:**

Fonn, Marit. Journalist i *Sykepleien*, 11.03.2010

Hansen, Even Trygve. Direktør i DNFF, 18.03.2010

Haugdahl, Marit. Journalist i *Handelsbladet FK*, 25.03.2010

Kirkemo, Ole. Redaktør i *Jakt & Fiske*, 10.03.2010

Knudsen, Are. Redaktør i *Handelsbladet FK*, 22.03.2010

Krossli, Jan Inge. Journalist i *Kommunal Rapport*, 11.03.2010

Nickelsen, Trine. Redaktør i *Apollon*, 02.03.2010

Paulsen, Cathrine. Redaktør i *Psykisk helse*, 03.03.2010

Skanche, Torgeir W. Journalist i *Jakt & Fiske*, 22.03.2010

Sved, Ragnhild. Redaktør i *Kommunal Rapport*, 11.03.2010

Tholens, Barth. Redaktør i *Sykepleien*, 05.03.2010

Thoresen, Bente. Journalist i *Psykisk helse*, 03.03.2010

Vogt, Yngve. Journalist i *Apollon*, 02.03.2010

Wiecek, Anne-Kristine Bjørgsvik. Redaktør i *Budbæreren*, 13.04.2010

## Vedlegg 1: Oversikt over fagblader og kategorier

### Fagblader med medlemskap i DNFF 2009. Kategoriplassering, Anne Tiril Svensson 2010

<b>Fagblad</b>	<b>Kategori</b>
= Oslo	Livssituasjon
Advokatbladet	Yrke
Agenda 3:16	Idealistisk
AGI-Norsk Grafisk Tidsskrift	Bransje
Aktuell sikkerhet	Bransje
Allergi i Praksis	Kunnskap
Anleggsmaskinen	Bransje
Apèrtif	Bransje
Apollon	Kunnskap
Apotekerforeningens Tidsskrift	Bransje
Appell	Idealistisk
Arbeidslederen	Yrke
Arbeidsmiljø	Yrke
Arkitektnytt	Yrke
Arkitektur N	Kunnskap
AstmaAllergi	Livssituasjon
Audiografen	Yrke
Baker og Konditor	Yrke
BAR Apèrtif	Bransje
barnehage.no	Yrke
Bedre Gardsdrift	Bransje
Bedre Skole	Kunnskap
Bedriftsidrett Oslo	Hobby/fritid
Bibliotekforum	Yrke
Bilbransjen	Bransje
Billedkunst	Yrke
Bioingenøren	Yrke
Biolog	Yrke
Bistandsaktuelt	Sektorpolitisk
Bladet Norsk Transport	Yrke
Blomster	Bransje
Bok og bibliotek	Sektorpolitisk
Bok & Samfunn	Bransje
Boligfakta	Bransje
Bonde og Småbruker	Yrke
Bondebladet	Bransje
Brannmannen	Yrke
Brann & Sikkerhet	Bransje
Budbæreren	Idealistisk

BUSKAP	Yrke
Byggaktuelt	Bransje
Byggeindustrien	Bransje
Byggmesteren	Yrke
Båtliv	Bransje
CP-Bladet	Livssituasjon
Cupido	Hobby/fritid
Cøliaki-Nytt	Livssituasjon
Dagligvarehandelen	Bransje
Demens & Alderspsykiatri	Kunnskap
Den norske tannlegeforenings Tidende	Yrke
deQi	Yrke
Det nytter	Livssituasjon
Diabetes	Livssituasjon
Diabetesforum	Yrke
Din hørsel	Livssituasjon
Dine Penger	Bransje
DRAMA-Nordisk dramapedagogisk tidsskrift	Yrke
Dyslektikeren	Livssituasjon
Elektronikk	Bransje
Elektronikkbransjen	Bransje
Energiteknikk	Yrke
Ergoterapeuten	Yrke
Estate Lokaler	Bransje
Estate Magasin	Bransje
F - Forsvarets forum	Yrke
Fagbladet	Yrke
Fagbladet CreditInform	Bransje
Fagpressenytt.no	Yrke
Faro Journalen	Bransje
FastFood	Bransje
Finansfokus	Yrke
Fiskeklubben	Hobby/fritid
Fjell og Vidde	Hobby/fritid
Folkevelt	Idealistisk
Fontene	Yrke
Forbruker-rapporten	Hobby/fritid
Forskerforum	Yrke
Forskningsetikk	Yrke
Forskningspolitikk	Sektorpolitisk
Fortidsvern	Hobby/fritid
Fri tanke	Idealistisk
Frifagbelvegelse.no	Yrke

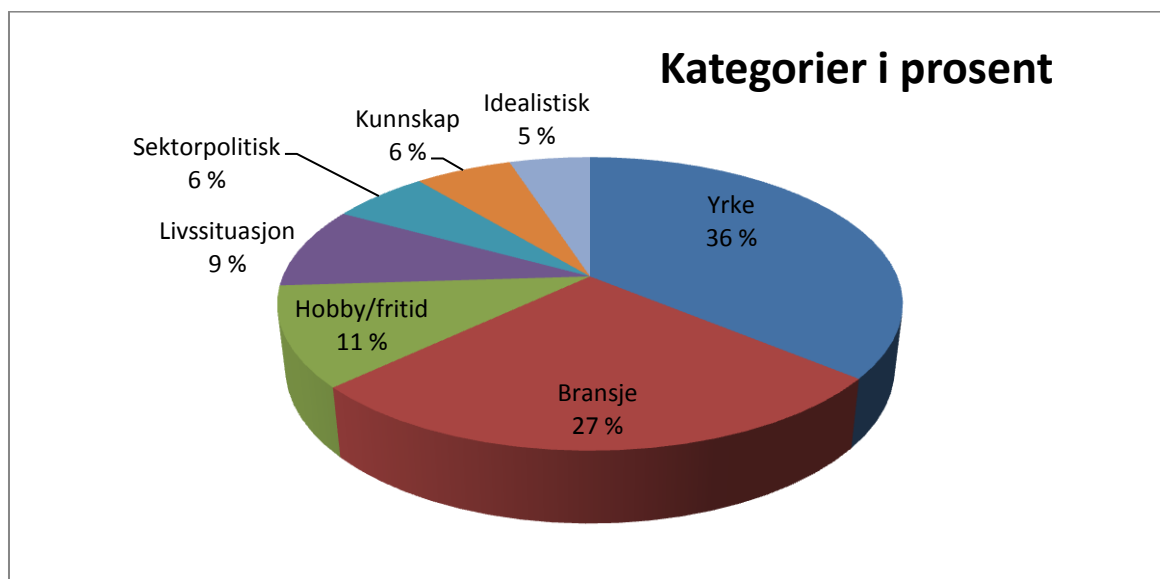
Fuglehunden	Hobby/fritid
Fysioterapeuten	Yrke
Første steg	Yrke
Glass & Fasade	Bransje
Gull & Ur	Bransje
Handelsbladet FK	Bransje
Handikappnytt	Livssituasjon
Helsesekretæren	Yrke
Hestesport	Hobby/fritid
Hjem & Skole	Hobby/fritid
HK-Nytt	Yrke
HMS Magasinet	Bransje
HMT-Helse/Medisin/Teknikk	Yrke
Hold Pusten	Yrke
Horeca	Bransje
Hotellmagasinet	Bransje
Hundekjøring	Hobby/fritid
Hus & Bolig	Bransje
Jakt & Fiske	Hobby/fritid
Journalen	Yrke
Journalisten	Yrke
Juristkontakt	Yrke
Jussportalen.no	Hobby/fritid
Kampanje	Bransje
Kirkegården	Yrke
Kjemi	Yrke
Kjøkkensjefen	Yrke
Kjøkkenskriveren	Bransje
Kjøttbransjen	Bransje
Kommunal Rapport	Sektorpolitisk
Kommunikè	Yrke
Kretsløpet	Bransje
KYSTEN	Hobby/fritid
Landbrukstidende	Yrke
Levende Historie	Hobby/fritid
LO-Aktuelt	Yrke
Magasinet Aktuell	Yrke
Magasinet for fagorganiserte	Yrke
Magasinet Tekna	Yrke
magasinet Treindustrien	Bransje
Magma	Kunnskap
Medlemsbladet Parat	Yrke
Megafon	Livssituasjon
Menneskerettighetsmagasin MR	Idealistisk

Mester`n	Yrke
Michael	Kunnskap
Miljø & helse	Yrke
Miljøstrategi	Bransje
Monitor	Bransje
Motor	Bransje
Motorføreren	Hobby/fritid
MUR+BETONG	Bransje
Museumsnytt	Sektorpolitisk
Musikk-Kultur	Yrke
Muskelnytt	Livssituasjon
Natur & miljø/ Miljøjournalen	Idealistisk
Naturviteren	Yrke
NBS-nytt	Kunnskap
Negotia magasin	Yrke
Nettverk	Yrke
NITO Refleks	Yrke
Norsk Familieøkonomi	Bransje
Norsk Farmaceutisk Tidsskrift	Yrke
Norsk Fiskerinæring	Bransje
Norsk Hagetidend	Hobby/fritid
Norsk Husflid	Hobby/fritid
Norsk Landbruk	Bransje
Norsk Skogbruk	Hobby/fritid
Norsk Tidsskrift for Sjøvesen	Yrke
Norsklæreren	Yrke
Norwatch	Idealistisk
NæringsEiendom	Bransje
Nøkkelen	Hobby/fritid
Offentlig drift	Bransje
Offiserbladet	Yrke
Offshore & Energy	Bransje
Optikern	Yrke
Pensjonisten	Livssituasjon
Personal og Ledelse	Yrke
Plan	Kunnskap
Plastforum	Bransje
Politiforum	Yrke
Positiv	Livssituasjon
Print & Publisering	Bransje
Pro Patria/Vårt Vern	Yrke
Profo-nytt	Livssituasjon
Prosess	Bransje
Psykisk helse	Livssituasjon

På sykkel	Hobby/fritid
Ren Mat	Idealistisk
Renholdsnytt	Bransje
Rett og plikt i arbeidslivet	Yrke
Revmatikeren	Livssituasjon
Rus & Samfunn	Sektorpolitisk
Samferdsel	Sektorpolitisk
Seilas	Hobby/fritid
seniorpolitikk.no	Sektorpolitisk
Sexiologi	Yrke
Skattebetaleren	Hobby/fritid
Sko	Bransje
SKOGeieren	Yrke
Skogindustri	Bransje
Skolelederen	Yrke
SkoleMagasinet	Bransje
Skolepsykologi	Kunnskap
SNITT	Yrke
Snø & Ski	Hobby/fritid
Sorgenfri	Livssituasjon
Sparebankbladet	Yrke
Spesialpedagogikk	Kunnskap
Sport	Bransje
Stat & Styring	Sektorpolitisk
Strek	Idealistisk
Sunnhetsbladet	Bransje
Svin	Bransje
Sykepleien	Yrke
Tannstikka	Yrke
Tekstilforum	Bransje
Tenner & Helse	Yrke
Tidens Tale	Idealistisk
Tidsskrift for Den norske legeforening	Yrke
Tidsskrift for Jordmødre	Yrke
Tidsskrift for Norsk Psykologiforening	Yrke
Tidsskrift for Psykisk Helsearbeid	Kunnskap
Transportforum	Yrke
TS-Kvarten	Livssituasjon
Uniforum	Sektorpolitisk
United-Supporteren	Hobby/fritid
Universitetsavisa	Sektorpolitisk
Utdanning	Yrke
Utemijø	Bransje
Vegen og Vi	Sektorpolitisk

Velferd	Sektorpolitisk
Verdensmagasinet X	Idealistisk
Vestlandsk Landbruk	Yrke
Vinforum	Bransje
Virkelig	Livssituasjon
VVS Aktuelt	Bransje
Web Magasin	Kunnskap
Yrke	Yrke
Yrkestrafikk	Yrke

Oversikten er basert på medlemmer av DNFF i 2009. Fagbladene *Enkelt*, *KULTMAG Norges kulturmagasinet* og *Sesam* er ikke med i oversikten da de melde seg ut av DNFF før nok informasjon om deres kategori plassering ble innhentet.



Sektordiagrammet viser fagbladenes prosentvise fordeling. Yrke og bransje er de desidert største gruppene, deretter følger hobby- og fritidsbladene. De resterende fire kategoriene, idealistiske blader, kunnskapsblader, sektorpolitiske blader og livssituasjonsblader utgjør til sammen færre blader enn bransje og yrkesbladene.

## Vedlegg 2: Intervjuguide – redaktør

---

### Eksempel *Kommunal Rapport*

#### Personalia:

Navn:

Stilling i bladet:

Fartstid i bladet:

Erfaring fra andre fagblader:

Annen journalistisk erfaring:

Utdannelse:

#### Organisering:

1. Utgiver:
2. Hvor lenge har bladet eksistert?
3. Når ble redaktørplakaten innført?
4. Hvor mange journalister er fast ansatt i bladet?
5. Benyttes frilansjournalister, eventuelt hvor mange og hvorfor?
6. Kjøpes det inn artikler utenifra, eventuelt fra hvem og hvorfor?

#### Innhold:

1. Hvilke type saker har høy prioritet i redaksjonen?
2. Angående innspill til hva som bør vies redaksjonell plass;
  - 2.1 I hvilken grad er journalistene frie til å utarbeide egne ideer?
  - 2.2 I hvilken grad kommer utgiver med innspill til bladets innhold og hvordan tas dette til følge?
  - 2.3 I hvilken grad kommer leserne med innspill til innhold og hvordan tas dette til følge?

#### Profil/målgrupper:

1. Hvem er *Kommunal Rapports* primærmålgruppe?
2. Hvem ønsker dere å nå utenom denne målgruppen og hvorfor?
3. Hva anser du som *Kommunal Rapports* viktigste funksjon?

#### Roller:

1. Hvordan ser du på det å jobbe som redaktør for et fagblad fremfor i en dagsavis?
2. Hvilke tanker har du rundt dagspressens utvalg og vinkling av saker som omhandler deres fagområde?
3. Hvor viktig er det for dere å bli sitert, og har dere en strategi med hensyn til dette?



(Kan ønsket om å bli sitert påvirke journalistikken i *Kommunal Rapport*?)

***Kommunal Rapport*s journalistikk:**

1. Vil du karakterisere *Kommunal Rapport* som et sektorpolitisk blad?
2. Hvilke likheter/forskjeller tror du *Kommunal Rapport* har med andre sektorpolitiske blader?
3. Hva kjennetegner journalistikken i *Kommunal Rapport*?

**Kritisk journalistikk:**

1. Hva legger du i uttrykket kritisk journalistikk?
2. I hvilken grad mener du det er *Kommunal Rapport*s oppgave å belyse kritikkverdige forhold innen deres fagområde? (Jf. Vær varsom plakaten pkt. 1.4)
3. Hvor stor del av *Kommunal Rapport* vies kritisk journalistikk?
4. Hvem retter dere oftest kritikk mot?
5. Hva ønsker dere å oppnå med kritikken?
6. Hva kan vanskeliggjøre den kritiske journalistikken?
7. Syntes du det er problematisk å være kritisk mot egen utgiver? Hvorfor/Hvorfor ikke?
8. Har du eksempler hvor utgiver har reagert etter at dere har benyttet kritisk journalistikk?
9. I hvilken grad henger deres kritiske journalistikk sammen med ønsket om å utøve uavhengig journalistikk?
10. Dersom dere har fått tilbakemeldinger fra lesere i saker der dere har vært kritiske, hvem reagerer, og hva er deres reaksjon?
11. Syntes du det er problematisk å publisere kritiske artikler rettet mot egen målgruppe? Hvorfor/hvorfor ikke?

**Utvalgt tekst:** ”Terra-kommunen Hemnes i terapi”

1. Anser du denne teksten som et eksempel på typisk kritisk journalistikk for *Kommunal Rapport*? Hvorfor/hvorfor ikke? (Evt. vil du trekke frem noen andre artikler som eksempler på kritisk journalistikk?)
2. Hvilke likheter/forskjeller har den utvalgte artikkelen med tidligere publiserte kritiske artikler?
3. Hvem ønsket dere å nå med kritikken og oppnådde dere det?
4. Hvilke reaksjoner har dere fått på teksten?

**Ekstra**

1. Dere har et opplag på 11 889, av disse gis 1250 ut gratis. Hvem får disse bladene og hvorfor?

2. Dere har sendt inn tekster og vunnet og fått hederlig omtale i fagpressens Journalistpris tidligere (2000, 2003 og 2007). Hvorfor anser dere denne prisen som viktig?
3. Hvem sine interesser ønsker *Kommunal Rapport* å ivareta?
4. Hvordan benytter dagspressen seg av *Kommunal Rapport* (i forhold til sitering, inspirasjon, stofftyveri etc.)?
5. Har du noe å tilføye?

## Vedlegg 3: Intervjuguide – journalist

---

### Eksempel *Sykepleien*

#### Personalia:

Navn:

Stilling i bladet:

Fartstid i bladet:

Erfaring fra andre fagblader:

Annen journalistisk erfaring:

Utdannelse (journalistfaglig eller fra bladets fagområde):

#### Organisering:

1. Jobber du som oftest alene eller sammen med andre i dekningen av en sak?
2. I hvor stor grad bestemmer du selv hvilke saker du skal skrive om?
3. Hvem kommer med innspill på saker du kan dekke?
4. Har du opplevd at utgiver har bedt deg om å omtale eller ikke omtale en sak?  
(Hvorfor/ hvorfor ikke – eksempler)

#### Profil/målgrupper:

4. Hvem anser du som bladets primærmålgruppe?
5. Ønsker du å nå noen utenom denne målgruppen og hvorfor?
6. Hva anser du som *Sykepleiens* viktigste funksjon?

#### Rolle:

4. Hvordan anser du det å jobbe som journalist for et fagblad fremfor i en dagsavis?
5. Hva tror du skiller journalistene i fagpressen og dagspressen?
6. Hvilke tanker har du rundt dagspressens utvalg og vinkling av saker som omhandler deres fagområde?
7. Ønsker du at annen presse benytter seg av dine artikler og jobber du mot dette?

#### *Sykepleiens* journalistikk:

1. Hva kjennetegner journalistikken i deres fagblad?

#### Kritisk journalistikk:

12. Hva legger du i uttrykket kritisk journalistikk?
13. I formålsparagrafen presiseres at dere skal ”utøve saklig, uavhengig og kritisk journalistikk”:
  - 13.1 Hvordan jobber du for å oppfylle dette?

**13.2** I hvilken grad mener du det er *Sykepleiens* oppgave å belyse kritikkverdige forhold innen deres fagområde? (Jf. Vær varsom plakaten pkt. 1.4)

**14.** Mot hvem retter du oftest kritikk?

**15.** Hva ønsker du å oppnå med kritikken?

**16.** Hva kan vanskeliggjøre den kritiske journalistikken?

**17.** Dersom du har fått tilbakemeldinger i saker der dere har vært kritiske, hvem reagerer og hva er deres reaksjon?

**Utvalgt tekst:** ”Melder ikke vold mot barn”

**5.** Anser du denne teksten som eksempel på typisk kritisk journalistikk i bladet *Sykepleien*? Hvorfor/hvorfor ikke?

(evt. vil du trekke frem noen andre artikler som eksempler på kritisk journalistikk?)

**6.** Hvilke forskjeller/likheter har denne artikkelserien med andre kritiske artikler dere har publisert?

**7.** Kan du si litt om prosessen fra idé til produkt?

**8.** Hvem ønsket du å rette kritikk mot og ble det oppnådd?

**9.** Hvilke tanker ble gjort om hvordan teksten skulle bli mottatt, var det noen dere håpet/fryktet skulle reagere?

**10.** Hvilke reaksjoner har du fått på teksten?

## Vedlegg 4: Opplagsutvikling for aviser, ukeblader og fagblader

Aviser	Opplag 2005	Opplag 2009	Opplagsutvikling
VG	343703	262374	-81329
Aftenposten (morgen)	252716	243188	-9528
Dagbladet	162069	105255	-56814
Aftenposten (Aften)	141612	111566	-30046
Bergens Tidene	88054	83086	-4968
Dagens Næringsliv	74248	79628	5380
Adresseavisen	79070	75835	-3235
Stavanger Aftenblad	68186	65298	-2888
Fædrelandsvennen	43263	39454	-3809
<b>Sum</b>	<b>1252921</b>	<b>1065684</b>	<b>-187237</b>

Ukeblader	Opplag 2005	Opplag 2009	Opplagsutvikling
Hjemmet	220735	184678	-36057
Se og Hør	226311	174552	-51759
Her og Nå	184780	135002	-49778
Familien	138539	111448	-27091
Norsk ukeblad	131361	102347	-29014
<b>Sum</b>	<b>901726</b>	<b>708027</b>	<b>-193699</b>

Fagblad	Opplag 2005	Opplag 2009	Opplagsutvikling
Motor	422601	425742	3141
Fagbladet	300739	313623	12884
Hus og Bolig	122892	171578	48686
Magasinet for fagorganiserte	132098	158438	26340
Pensjonisten	120131	142840	22709
Utdanning	132513	142113	9600
Fjell og vidde	139661	140552	891
Magasinet Aktuelt	137113	137058	-55
Jakt & Fiske	87356	89002	1646
<b>Sum</b>	<b>1595104</b>	<b>1720946</b>	<b>125842</b>

Mine utregninger basert på tall fra Medienorge, Mediebedriftenes Landsforening, Landslaget for lokalaviser og Den Norske Fagpresses Forening (Medienorge).

enter  
seg



## Blir på sykehuset

Utskrivningsklare pasienter som venter på sykehjemsplass, blir liggende på sykehus.

## Siri Hatlen tror fusjonen i Oslo blir suksess



# sykepleien

**LISBETH NORMANN:** Hva skal kommunene med mer kompetanse når de ikke bruker den de allerede har?

**13** | 2009

17. september  
2009  
97. årgang

Årets  
fagblad  
2009

sykepleiere lar  
ansvarshetsplikten  
foran.

# sykepleier gjelder ikke vold mot barn

## tema: Vold mot barn

7 Vold i Norge »

3 Tilbyr et sted for barna »

2 «Sykepleierne er flinke observatører» »



BARNEHUS Det fins nå seks barnehus i Norge. På Hamar er det en jordmor som utfører de medisinske undersøkelsene.

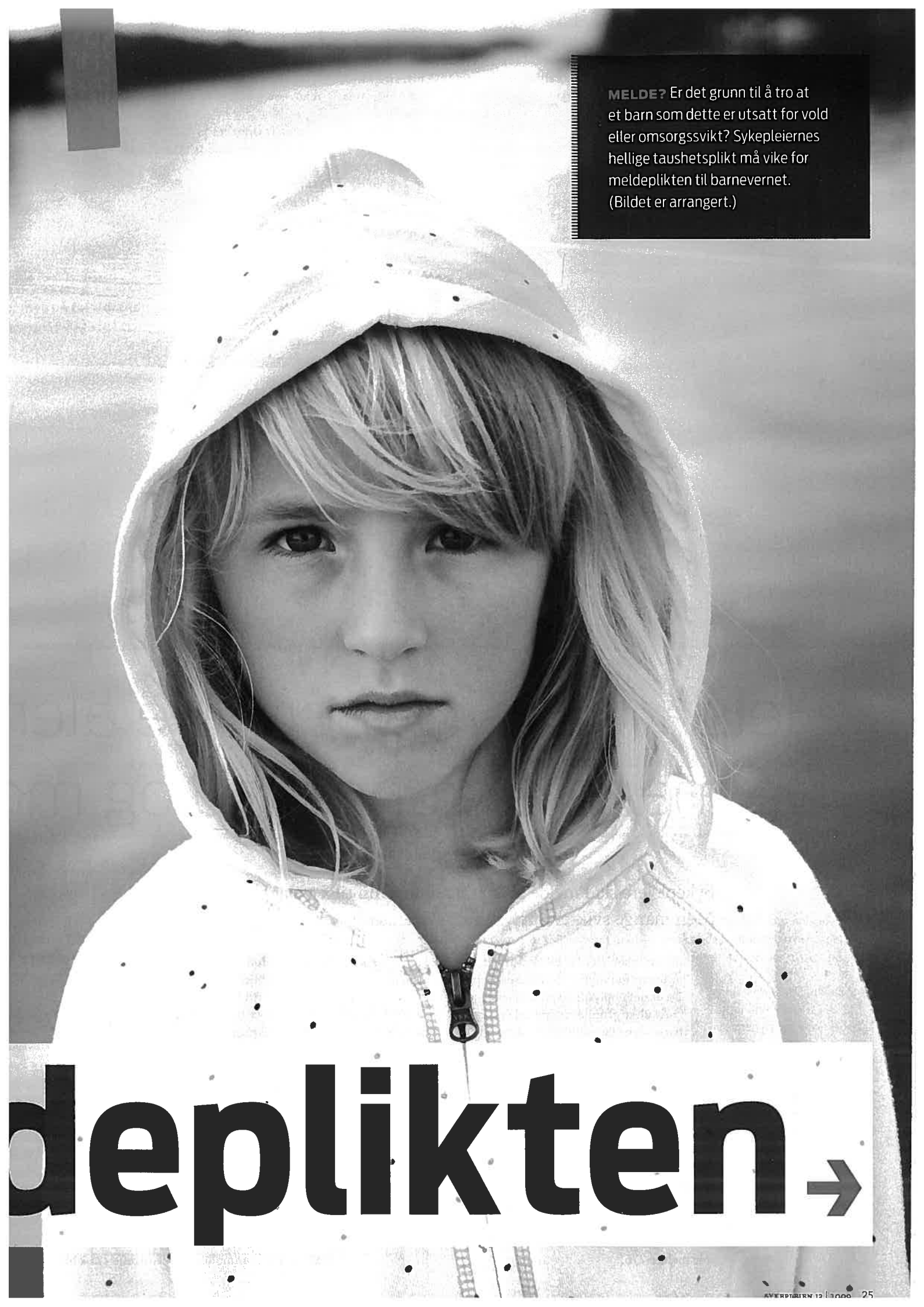
Hver dag blir barn i Norge utsatt for krenkelser. Helsepersonell har et særlig ansvar for å melde fra ved mistanke.

Men det er enklest å la mistanken ligge. Sakene med vold og omsorgssvikt er ofte komplekse.

Det er råd å få. For eksempel fra landets seks barnehus, som er til for å hjelpe voldsutsatte barn.

Tekst og foto Marit Fonn


# Sykepleiere svikter me



**MELDE?** Er det grunn til å tro at et barn som dette er utsatt for vold eller omsorgssvikt? Sykepleiernes hellige taushetsplikt må vike for meldeplikten til barnevernet. (Bildet er arrangert.)

# deplikten →





**KAN HJELPES:** Det kan gå bra med barn som har blitt utsatt for overgrep – bare de får god oppfølging.

# «Helsesøstre jobber mye alene De mangler kunnskap og mot.

Astrid Grydeland Ersvik

Sykepleiere skal melde fra når de har grunn til å tro at barn er utsatt for vold og omsorgssvikt. Men mange svikter opplysningsplikten sin.

Det er en sykepleier får en begrunnet mistanke om at et barn er utsatt for vold og krenkelser, opphører taushetsplikten. Da er det opplysningsplikten som gjelder.

Av ulike grunner vegrer sykepleiere seg for å melde fra til barnevern eller politi. De er avhengig av et tillitsfullt forhold til pasienter og pårørende. De vil heller hjelpe enn angi.

### Barnevern og politi melder mest

Ifølge Statistisk sentralbyrå (SSB) er det nær familie som oftest melder fra til barnevernet om voldsutsatte barn. Barnevernet selv, politiet og skolen melder også ofte. Meldinger fra helsestasjoner og sykehus kommer sjeldnere. Barnevernet hadde 27 850 undersøkelsessaker i 2008.

6 512 av disse sakene dreide seg om omsorgssvikt og mishandling. 399 av meldingene kom fra helsestasjon eller skolehelsetjeneste. 356 fra lege/sykehus.

Politiet meldte 787 saker, barnevernet meldte 989 og familiene selv meldte 776.

### Jobber alene

Tallene er litt misvisende, mener faggruppeleder for helsesøstre, Astrid Grydeland Ersvik.

- Helsesøstre motiverer gjerne foreldre til å melde selv.
- Men melder helsesøstre for lite?
- Utvilsomt.
- Hvorfor?

– Dette er komplekse saker. Helsesøstre jobber mye alene. I mangler støtte, kunnskap og mot. At meldingene ikke følges opp gjør også at man kan la være å melde en annen gang.

I små kommuner arbeider helsesøstre uten nære kolleger. Også kjenner de familiene også privat. Terskelen for å melde kan temmelig høy. Faggruppelederen mener at interkommunalt samarbeid kan demme opp for dette. Også arbeidsgiverne har et ansvar for å styrke kompetansen til helsepersonell.

### Nettsider med hat

Men Ersvik anmoder helsesøstre om å bli modigere.

» Sykepleiere har opplysningsplikt til barnevernet når det er grunn til å tro at et barn er mishandlet i hjemmet eller utsatt for andre former for omsorgssvikt, eller når et barn viser alvorlige atferdsvansker.

» Opplysningsplikten følger av barnevernloven og helsepersonelloven.

» Plikten er et personlig ansvar.

» Opplysningsplikten går foran taushetsplikten

» Er ikke en meldt sak så alvorlig som sykepleieren hadde grunn til å tro, er likevel ikke taushetsplikten brutt.



annet pasient ved Sykehuset i Vestfold.

– I ettertid erkjenner vi at vi gikk glipp av noe vi burde ha sett, sier Aass.

Han påpeker at gutten bare var hos dem én gang. Christoffer hadde bloduttredelser i ansiktet.

– Han ble ikke innlagt på grunn av skade. Bloduttredelsene ble oppfattet å ha andre årsaker enn mishandling.

Biologisk far krever oppreisning fra sykehuset. Sykehuset mener det ikke er rettslig grunnlag for det. Aass sier at de interne rutinene ikke er blitt endret etter den saken.

– Vi har rutiner for at barneavdelingene skriver i pasientjournal om det sendes melding om omsorgssvikt.

Han presiserer at det er viktig å få med i journalen at avdelingen har diskutert mistanke om mishandling, selv om saken ikke meldes.

– Det viktigste er at vi hele tiden tenker på muligheten for mishandling, sier Aas.

– Meldes det for lite?

– Statistikken tyder på det, sier Aas.

På Vestfold-sykehuset er det sosionomer som utformer meldingene, i samarbeid med lege og sykepleier.

– Hva hvis en lege ikke vil melde, mens en sykepleier er uenig? Bør sykepleieren melde på egen hånd?

– Det skal opp i avdelingen. Omsorgssvikt er et tverrfaglig tema stadig vekk. Hvis noen føler de ikke blir hørt ...? Nei, jeg tror det er lett å bli hørt på en barneavdeling, fastholder fagdirektør og lege Trygve Aas.



#### KOMPLEKST:

Ofte er sakene sammensatte. Helsesøstre anmoder gjerne foreldre om å melde selv, sier faggruppel leder Astrid Grydland Ersvik.

du er barnets talsperson. Bli tøffere til å melde, mest mulig på lag med foreldrene.

*er skeptisk til barnevernet? Å melde kan gjøre vondt*

vernets jobb er å hjelpe. Det er en sentral samar- for helsesøstre. Det hender at barnevernet godtar nsorg enn det vi ville gjort.

sosialarbeidere som har vært involvert i barneverns- å navnene sine på nettet. Selv står Ersvik på en slik

du i mange år. Det oppleves ugreit. Det er hatefulle fen alle saker om sviktede barn er ubehagelige. Det komme fra.

#### mye på foreldrene

eder for barnesykepleierne André Grundevig mener ke sykehusene er ivrig til å melde.

n erfaring er at vold og omsorgssvikt ofte diskuteres elingene, både av leger, sykepleiere og hjelpepleiere. er da: Tør vi å overse dette? Det er jo ikke familie- er med, det er ungene vi skal verne.

n er likevel velkjent.

det tenker: «Hva hvis foreldrene kommer i fengsel? l ungen?» Så glemmer de hva barnet kanskje går ag.

l er det legene som formelt melder.

sak meldes til politiet, kommer det gjerne medisinal som legen må besvare. Men ingen har sagt at det al, det er bare blitt en form for kultur.

s legen ikke vil melde og sykepleieren er uenig?

» jeg ringt til politiet eller barnevernet og sagt at orskjellig syn, men jeg har ikke samvittighet til å . Ingen kan ta deg på det. Det er din plikt å si fra, r Grundevig.

#### -saken

Trygve Aass på Sykehuset i Vestfold er mer skeptisk eierne går solo.

nene har blitt tema etter den kjente saken om Chrisad. Gutten døde etter å ha blitt mishandlet av sin ge visste, men ingen meldte. Christoffer var blant

## d i Norge

v vold mot barn i Norge 2007. I Nova-rapporten rgrep mot barn og unge» lsene inn i tre: Seksuelle iske vold fra foreldre og for vold i hjemmet. Over gselever i videregående vart et spørreskjema om

etydelig mindretall opp- lser av ulik art i løpet av lås det fast i rapporten. ene:

v jentene og 8 prosent av de var blitt utsatt for al- uelle krenkelser. Relativt pplevd milde krenkelser, ar opplevd grove.

vere var i nær familie. var venn, kjæreste eller

bekjent. Halvparten av krenkelsene skjedde der begge var tenåringer.

» 8 prosent opplevde grov vold fra minst en forelder.

» En av ti hadde opplevd at en av foreldrene ble utsatt for fysisk vold. 6 prosent hadde opplevd grov vold.

#### Tause om seksuelle overgrep

– Gjentatt vold kan ha alvorlig negativ effekt for barnet, sier Svein Mossige, en av forfatterne av rapporten.

Mossige er forsker ved Nova og spesialist i klinisk psykologi.

– Særlig seksuelle overgrep er vanskelig å kartlegge, dels fordi det er vanskelig å bevise og fordi barnet ofte ikke snakker om det.

Mossige mener at selv om sykepleierne er usikre og ikke vet hva de skal

tro, så må de følge opp barna.

– Ha kontakt over tid, selv om man ikke vet om noe har skjedd. For desto viktigere er det å være tilgjengelig.

Helsesøster kan være en som barnet har tillit til og kan henvende seg til hvis det får lyst til å fortelle.

#### – Snakk om mistanken!

– Hva med sykepleiere på somatiske avdelinger der pasienten bare er innom én gang?

– Mistenker man overgrep, så snakk først med kolleger i egen enhet så du ikke står alene. Hvis man er veldig usikker, kan man dele bekymringen med noen utenfor systemet, for eksempel fastlegen. Og få mistanken med i pasientjournalen – men også usikkerheten.

Mossige er i tvil om helsepersonell straks bør kontakte barnevernet.

– Det avhenger av nivået på usikkerheten.

– Melder helsepersonell, inkludert sykepleiere, altfor lite?

– Det sies, men jeg vet ikke. Siden så mange saker blir henlagt av barnevernet, kan det tyde på at det ikke meldes for lite. Men så er det alltid alvorlige tilfeller som ikke meldes. Christoffer-saken er jo et eksempel på det. Hadde sykehuset tatt opp denne saken med fagfolk, kunne historien kanskje fått et annet forløp.

Dette er Mossiges råd til sykepleiere:

– Forhold deg til din bekymring, men ikke alene. Ikke legg den bort fordi du er usikker.

**UNDERSØKER:** Jordmor Bodil Kollrøm bruker kolposkopet for å se inne den medisinske undersøkelsen av barnas underliv. Hun bruker også en lille fuglen til å vise barna størrelsen før hun undersøker.



# ilbyr et sted for barna

Landets seks barnehus er på Hamar. Her er flere profesjoner parat til å hjelpe barn som er utsatt for vold.

I Hamar, i en loftsetasje, ligger barnehuset. Men denne dagen er det ingen barn ansatte. De skal bidra til at barn som har blitt utsatt for vold og seksuelle overgrep skal få hjelp så skånsomt som mulig.

Det er ingen bolig. Huset blir ikke nedrent av mange barn. Men ekspertisen skal være på plass her for å ta tak i det som barna har opplevd. Her er dommeravhør, medisinske undersøkelser og inngangssamtaler.

## Bergen

Barnehuset ble opprettet i Bergen, i november 2007. Hamar fikk hus nummer to. Siden ble det tiansand, Trondheim og Tromsø. Det siste barnehuset ble åpnet på plass i Oslo 8. september. Alle helse- og sosialtjenester har nå barnehus.

Hamar har opprettet disse husene fordi barn som er utsatt for vold og seksuelle overgrep ofte får hjelpen uteblir, kommer for sent eller må vente på hjelp. Barnehusene skal sikre barna en bedre hjelpe- og behandlingstilbud.

Barnehuset har leder Knut Storberget ønsker å åpne flere barnehus. Han tenker først og fremst på Ålesund og

## På Hamar

Barnehusene har sykepleiere knyttet til seg. Hamar har to. Daglig leder Anne Kristin Sandvik og psykiatrisk sykepleier og Bodil Kollstrøm er

Hamar viser rundt på loftet. Ett av rommene er for avhør. Her skal bare barnet og en spesi-

altutdannet avhører fra politiet være til stede når de skal snakke om krenkelsene som kan ha skjedd. Men vis-à-vis bord og to stoler henger en hylle, og mellom en grønn plante og en bamse står et kamera. Avhørene filmes. Også i taket er det et kamera, i tilfelle barnet vil tegne det som skjedde.

I et rom ved siden av er et stort bord omringet av ni høyryggete stoler. På veggen to flatskjermer. Her er det plass til dommer, politijurist, bistandsadvokat og andre som kan følge med på avhøret. For bare et par dager siden ble to unge jenter avhørt her.

Slike værelser har alle landets barnehus. De har også rom med undersøkelsesbenk.

Her på Hamar er det jordmor Kollstrøm som utfører den medisinske undersøkelsen. På de andre barnehusene er det legens ansvar, med assistanse av sykepleiere. Der blir lege og sykepleier hentet inn fra sykehus i nærheten. Men her på Hamar er nærmeste kompetente fagmiljø i Oslo. Det blir upraktisk lang vei.

Kollstrøm hadde sin første undersøkelse i mars, etter opplæring på Ullevål sykehus. Åtte barn kom til henne fram til sommeren. Jordmoren samarbeider tett med Ullevål, og bruker blant annet telemedisin for å kommunisere med fagfolkene i hovedstaden.

## Finner sjelden sædspor

Noen ganger leter hun etter spor etter misbruk. Men oftest er det for å bekrefte at det står bra til med barnet.

Under et blått dekke står kolposkopet. Det koster flere hundre tusen kroner. Kollstrøm bruker skopet for å ta video av undersøkelsen.

## Hva er barnehus?

- » Finnes i Bergen, Tromsø, Trondheim, Kristiansand, Hamar og Oslo. Også foreslått i Stavanger og Ålesund.
- » Ingen bolig, men et eget hus med tverrfaglig personale som skal hjelpe barn utsatt for vold og seksuelle overgrep.
- » Her foregår dommeravhør, medisinske undersøkelser og samtaleoppfølging.
- » Gir råd og veiledning om overgrep. Alle kan ringe dit. Også anonymt.
- » Modellen oppsto på Island.
- » Er organisert under politiet.
- » Nettadresse: [www.barnehuset.com](http://www.barnehuset.com)

– Dette er ingen gynekologisk undersøkelse, understreker hun.

Når hun undersøker jenter som kan ha vært utsatt for seksuelle overgrep, trekker hun forsiktig i kjønnsleppene. Det gjør ikke vondt. Hun kan ta prøver fra skjedeåpningen, enten på jakt etter sædrester eller klamydia.

Hun sjekker også endetarmen, for det er like gjerne der hun kan finne spor.

– Spor etter sæd kan være bak øret, under armen, på magen, på innsiden av lårene. Blant annet. Men det er sjelden man klarer å finne bevis.

Det er dessuten sjelden oppdraget er spor-sikring. For Kollstrøm har det bare skjedd



# tema: Vold mot barn

ang. Beføling og onanering etterlater seg ingen spor.

Ungden kan selv følge med på bildene på skjermen under filmingen pågår. Dette er alltid del av en topp-tilundersøkelse. Den yngste Kollstrøm har undersøkt, to år. Den eldste 11. En gang var oppdraget å se om barnet var blitt kjønnslemlestet. Det ble refuset.

Opptakene blir lagret på en ekstern harddisk som kan fjernes ned.

## «Noe galt med tissen min?»

Det viktigste med undersøkelsen er å berolige barnet og unger. De er gjerne bekymret for om det er noe galt med tissen. Det er godt for dem å vite

Hun ser gjerne at flere sykepleiere får denne oppgaven. Men mange kan det aldri bli.

– Det er ikke nok saker til at mange kan bli gode til dette.

Kollstrøm kan også ta bilder av blåmerker og sårskader. Men dreier det seg om grov mishandling som hodeskader, blir barna sendt til Ullevål for videre undersøkelser.

Barnehuset er i ferd med å opprette et samarbeid med sykehusene på Lillehammer og Elverum.

## Kan loven

Leder Anne Kristin Sandnes har kontoret sitt vegg i vegg. Som sykepleier kjenner hun helsevesenet og hvilke muligheter som er der. Et viktig poeng

Hvis du snakker med foreldrene, kan det bli verre for ungen.

Barnevernspedagog Kari Rostad

med barnet er hel. Også for foreldrene. De roer seg opp på.

Barn er ikke så opplyst som man tror. En historie om jenten som lurte på om sæden kunne kapsles opp slik at hun kunne bli gravid når hun senere kom i puberteten. Eller om man kan bli gravid å kysse.

Kollstrøm synes sykepleierne egner seg godt til denne jobben.

– Jeg har selv nytte av å være jordmor. Jeg kjenner anatomen og er vant til å forholde meg til folk i slike situasjoner. Men fagmiljøet er lite.

med barnehusene er samarbeid med mange aktører.

De to sykepleierne har et bevisst forhold til helsepersonelloven. De kjenner nå nyansene: Helsepersonell skal melde når de har mistanke om vold og omsorgssvikt. Men det er barnevernet som skal undersøke saken videre. Politiets oppgave er å finne ut om det har skjedd noe kriminelt.

– Og selv om politiet henlegger saken, kan det fortsatt være at barnet lider under omsorgssvikt og trenger oppfølging. Her er det mange i hjelpeapparatet som misforstår, understreker Sandnes.

## Sykepleierne ringer ikke

Barnehuset har fått rundt 100 konsultasjonstelefoner i år. De fleste som ringer er fra barnevernet. Foreldre og annen familie er den minste gruppen. Noen helsesøstre tar kontakt, men svært sjelden hører de noe fra sykepleiere på sykehus og andre steder.

– Hva lurte de som ringer på?

– Enkeltsaker. En helsesøster kan fortelle om en 14-åring som har fortalt om et overgrep som skjedde for et halvt år siden. Sakene er ofte veldig kompliserte, sier Sandnes.

Hun har stor sympati med alle helsesøstrene som betjener små kommuner. De kan kjenne de fleste av familiene også privat. De har ikke nødvendigvis kolleger å snakke med.

– Et tenkt eksempel: En ungdom påstår hun har vært utsatt for overgrep. Hva hvis det er sønnen til lensmannen som er overgriperen? Slike tette forhold fører til underrapportering. Personlige hindre kommer i veien.

Eller hva med familien Hansen som har slått hverandre i fire generasjoner? Det har de fått lov til. Alle har visst det. Det kan bli tungt å ta tak i en sånn sak på et lite sted.

## Kan læreren overgripe igjen?

Etiske og juridiske dilemmaer oppstår stadig. Et pågående eksempel er en ungdom som påstår hun har vært utsatt for overgrep av en lærer på ungdomsskolen. Hun er nå på institusjon. En dag ønsker hun å anmelde, neste dag ikke.

– Dilemmaet er: Utløses meldeplikten? Denne jenten er ikke lenger utsatt. Men hva med andre unge lærere har tilgang til? Institusjonen sier at det er en tilbakevendende sak. Vi er uenig, sier Sandnes.

Kollstrøm har selv jobbet på barneavdeling og

## «Han tok meg på tissen»

Datteren var seks og et halvt da de oppdaget det.

Idas nabo hadde en datter som reser egen datter lekte mye med. En gang moren hentet «Ida», var hun alene med venninnens far. De så på tv. Hans egen datter lekte utenfor. De gikk hjem. Ida sa: «Han tok meg på tissen.»

– Jeg svarte «ja vel» og tenkte at han sikkert bare hadde kommet borti. Næsten var en sympatisk fyr.

Hjemme hadde de mye hverdagsress, og det ble ikke mer snakk om

dette. Men et par uker senere spurte moren hva som hadde skjedd. Da sa Ida: «Han spurte om tissene våre kunne komme borti hverandre.»

– Da ble jeg redd. Jeg snakket med mannen min og ringte til en rådgivningstelefon. Der sa de at dette var overgrep og at jeg burde politianmelde og ta kontakt med barnevernet.

Det satt langt inne. Hun begynte med barnevernet.

– Et barn kjenner forskjell på en vanlig berøring og beføling, selv om det er utenpå klærne, fikk jeg vite.



## Ville ikke tro det

Foreldrene ville fortsatt helst tro at det ikke var sånn. Men de anmeldte. Det ble avhørt på barnehuset.

– Der fikk hele familien fantastisk hjelp. Vi fikk formidlet trygghet og at vi gjorde det rette.

Det kom fram at det antakelig ikke hadde skjedd noe grovere enn beføling.

– Vi følte oss heldige siden det ble oppdaget så tidlig.

I dag vil ikke datteren snakke om det.

– Jeg maser ikke. Det ser ut til at hun klarer seg bra. Men det ligger i bakhodet: Hva vil skje når hun kommer i puberteten? Vil overgrepet dukke opp igjen da? Vil hun slite?

## – Ingen overgrep er like

Idas mor er sykepleier. Hun husker hun pleide å lure på om det kunne være pedofile i nabolaget. Hun visste at de gjerne var sjarmerende og hyggelige. Likevel vegret hun seg for å mistenke den greie naboen.

I ettertid tenker hun at de var heldige fordi datteren sa fra.



er har bar-  
ne hatt 391  
srahvør og 332  
asjoner.

3 var hen-  
s 167/97 i Ber-  
710 på Hamar,  
Trondheim,  
Tromsø, 1/12 i  
sand.

lar har sakene  
seg slik:

le overgrep:  
r

l saker

vold: 10 saker

nsnittsalder  
et er 10, 2 år.

l har barnas  
'eller far uten-  
pprinnelse i  
3 prosent av  
kene.

**MISFORSTÅR:** Selv om politiet henlegger saken, kan barnet fortsatt lide og trenger oppfølging. – Det blir ofte glemt, sier barnehusleder Anne Kristin Sandnes.



pleiere kommer borti mange familier. Jeg har jobbet der nå, ville jeg observert s. **Uten å se på handling mellom foreldre og barn.** Rådet. Noe de sier. s føyer til: med seksualisert atferd. Om de kan ord e de ikke burde kunne. gge har døtre med eldre søsken og vet man trø varsomt og ikke bli hysterisk.

er viktig å forebygge ved å ungene om at kroppene er e. Og at de skal fortelle til g pappa hvis noen gjør noe om ingen andre gjør.

er som sykepleier bedre forut- andre til å avdekke overgrep? eg har snakket med andre pplevd dette. Det er hårt- lange, flere med bakgrunn enet. Ingen overgrep er ke. Og det var ikke mye om vergrep da jeg ble utdannet. al saken opp i retten. Hun l at uansett utfall så vil sa- et.

De har blitt overrasket flere ganger over hva de små har fått med seg både av ord og utfordrende posering.

**Rødvinsmødre**

Dårlige tenner og ernæring kan være tegn på omsorgssvikt. Og ikke all rus er synlig. – Rødvinsmødrene er ikke de som raver rundt. Men ungen merker at mor blir rarere og rarere utover dagen, og at hun ikke kommer seg opp om morgenen, sier Kollstrøm.

– Da jeg var ung sykepleier, ville jeg ikke stilt de rette oppfølgingsspørsmålene for å avdekke overgrep. Nå ville jeg i større grad fanget opp hva barna sier. De tester oss ut og legger ut agn til oss, sier Sandnes.

Mange er usikre på når det er grunn til å melde. Sandnes vet råd:

– Clouet er begrunnet mistanke. Er du usikker på om begrunnelsen er god nok? Drøft! Dokumenter! Lag en logg. Hva skjedde? Hva ble sagt? Skriv det ned ordrett. Ikke tolk. Da vil man ofte se at man faktisk ikke kan la være å melde.

**– Ikke snakk med foreldrene!**

Lenger borti gangen har barnevernspedagog Kari Rostad kontor. Etter lang fartstid i barnevernet er hun krystallklar:

– Ved mistanke om vold, ta kontakt med barnevern umiddelbart. Hvis du snakker med foreldrene, kan det bli verre for ungen. Det kan bli et tilleggs-overgrep. Barna kan bli truet med barnehjem og fengsel. De kan bli tause og livredde.

Hun mener man ikke kan melde for ofte. – Men barnevernet sliter med for lite ressurser? – Dette er alvorlige saker. Da må barnevernet

prioritere. Kjenner du usikkerheten i magen – ta kontakt med barnevernet. Unger er avhengig av at vi tør å se, tør å ta stilling.

Rostad poengterer at man ikke kan love noe om utfallet på en meldt sak. Hos barnevernet kan ett av tre skje: Saken kan bli henlagt. Før til frivillig hjelpetiltak for familien. Eller omsorgsovertakelse.

**Helsesøstre må ikke love å tie**

Psykolog Pål Hagen, som har barn til samtale, mener helsesøstre er gull verdt i arbeidet med å fange opp vold. Han forstår godt at en helsesøster vegrer seg for å melde når en tenårings har betrodd seg om overgrep, men ikke vil at hun skal si det til noen.

Men en helsesøster må aldri love å tie. Hun bør derimot si at ja, hun har taushetsplikt, men av og til må den vike.

– Da kan man risikere at jenten går sin vei? – Ja. Og håpe på at hun kommer tilbake. Si at du er der.

Hagen tror det først og fremst oppleves som trygt for barn og ungdom at de voksne tar grep og sier: «Dette skal ikke skje.»

Men mange saker er kinkige, ikke minst når barnet er i ferd med å bli voksen. De fleste seksuelle overgrep skjer der begge er tenåringer.

Hagen vet at terapi hjelper. – Det går an å få det bra etter et overgrep. Mange har tanker etterpå om at det er noe galt med dem. Noen er sinte. De må få vite at det er normalt og at det som skjedde ikke var deres ansvar.

– Før tenkte jeg at de fleste overgrep skjer tilfeldig. Nå ser jeg at det helst utføres av dem de unge har tillit til. Og at det skjer i alle sosiale lag, sier Bodil Kollstrøm.

**VIL MELDE:** Sykehusene melder ikke alle voldstiltfeller mot små barn. Kriminolog Camilla Stub Lundberg sier sykepleierne ville meldt mer hvis de hadde hatt en mer selvstendig rolle.

# «Sykepleierne er flinke observatører

Camilla Stub Lundberg

– Sykepleierne er godt plassert for å oppdage vold. Bedre enn legene, mener kriminolog Camilla Stub Lundberg.

**L**undberg tror at mange voldstiltfeller mot små barn ikke meldes ved sykehus.

Hun er forsker ved Skådalen kompetansesenter i Oslo. I 2007 intervjuet hun elleve sykepleiere og leger på barneavdelinger ved to store sykehus om vold mot små barn. Dette var en del av hennes masteroppgave i kriminologi.

Hun bekrefter at det gjerne er legene som melder.

– Sykepleierne fortalte at de selv ikke melder nok vold eller omsorgssvikt. De skulle ønske de jobbet mer for å påvirke legene. Og de trodde at hadde de hatt en mer selvstendig rolle og mer kunnskap, ville de meldt mer.

## Viser seg dyktig for legen

Lundberg mener at sykepleierne, både på sykehus og ellers i helsevesenet, er godt plassert for å fange opp vold og omsorgssvikt.

– De er vel så godt egnet som legene. Foreldrene vil gjerne

vise seg som dyktige foreldre for legen, som de møter på korte visitter. Til sykepleierne forholder de seg mer uformelt. Sykepleierne ser om foreldrene har omsorg for barna.

Lundberg påpeker at vold og omsorgssvikt kan opptre samtidig eller hver for seg. Tegn kan være bleieutslett, flekkete klær eller fettbelagt hår. Det kan også vise seg i foreldrenes samspill med barna. Dette observerer sykepleierne.

– De er også flinke til å observere barnas kroppsspråk, som kan indikere behov for hjelp.

## Stusset over faren

Mens legene var mest opptatt av selve skaden, la sykepleierne mer merke til hva som skjedde rundt barnet.

– For eksempel?

– Et barn kom inn med en hodeskade. Sykepleieren på nattevakt stusset over at faren var mer opptatt av å komme seg ut og røyke enn å følge med på hva som skjedde med barnet.

# 5 på gangen

Tekst Marit Fonn

Har du hatt grunn til å mistenke at barn har vært utsatt for vold?



## Gunvor Andersen, sykepleier ved barneavdelingen, Sykehuset Østfold

Ja. Men rutinen her er at legene melder. Vi samarbeider meget godt, både med barneleger, kirurger og ortopedier. Vi sykepleiere kan rapportere til legen som så tar fatt i det. Barneavdelingen melder ikke ofte om vold.



## Kari Tøsdal, ass. enhetsleder, seksjon nyfødt, Haukeland sykehus, Bergen

Våre premature barn har jo aldri vært hjemme, så foreldrene kan ikke ha utøvd vold. Men det hender vi ser ting som gjør at vi blir bekymret for hvordan foreldrene skal klare å ta seg av dette barnet alene. Da melder vi til barnevernet. Ikke dermed sagt at de bør bli fratatt barnet. Men de kan få hjelp, en krykke å støtte seg til. Premature krever mer enn friske, fullbårne barn.



## Ingvild Mydland, helsesøster i Sagene bydel, Oslo

Ja. Jeg melder i snitt en til to i året. Har også prøvd mange ulike tiltak. Det kan være vanskelig å melde. Foreldrene argumenterer for at de kan klare det. Jeg er veldig opptatt av samspill. Noen ganger melder jeg sammen med foreldrene. Det er tøft å melde mot deres vilje. Og jeg undres over dem med utenlandsk bakgrunn. Hvordan har de fått så lydige barn? Jeg vet ikke om de blir slått.



## Tove Wichstrøm, sykepleier ved Lade behandlingssenter for rusavhengige i Trondheim

Fysisk vold får vi vite lite om. Mange benekter det, de er redde for å bli fratatt ungene. Vi sender hyppig bekymringsmelding om barn som bor i hjem med rusmisbruk. Vi har faste rutiner på å vurdere om det er grunn for bekymring.



## Kjerstin Møllebakken, ledende helsesøster, Kirkenes helsestasjon

Ja. Har meldt også. Vold mot barn skjer hyppigere enn det ser ut som. Det vanskelige er at de er lojale mot sine omsorgspersoner. De er ofte labile følelsesmessig, føler hat og kjærlighet samtidig. Mange fortrenger det. Volden er vanskelig å avdekke, både seksuelle overgrep og fysisk vold. Men også psykisk vold.

## Når mistanken er der...

- › Ikke vær redd for å ta feil. Det er bedre at barnet får hjelp enn at foreldrene skånes.
- › Sett av ekstra tid til familien når du er bekymret.
- › Handle raskt, det er i startfasen at mange bevis går til spille.
- › Vold og omsorgssvikt er et offentlig anliggende. Erkjenn at vold finner sted, altfor mange barn blir boende i dårlige hjem.
- › Vær en pådriver for å ha klare rutiner ved mistanke om vold.

(Kilde: Kriminolog Camilla Stub Lundberg)

## «Helsepersonell er ikke etterforskere

Camilla Stub Lundberg

ierne Lundberg intervjuet syntes ofte det var vanskelig på taushetsplikten sin. nsteinen i arbeidet deres er jo tillit. Hvis de melder, nge at de kan bryte tillitsforholdet til foreldrene slik at l komme tilbake.

**mistanken** rne mangler metoder for å ta opp sine bekymringer drene. blir det lettest å unnlate å ta det opp. De er jo vant til å ne som en ressurs. foreldrene som utøver vold, så skal de vel ikke informeres ken? est akutte sakene trenger barnet beskyttelse. Ved alvor- ade eller annen vold skal man ikke stille direkte spørs- iser mistanke, for helsepersonell er ikke etterforskere. an de heller stille spørsmål som viser forståelse: «Er e slitsomt nå når barnet ditt er på sykehus?» Dette kan ved mistanke om omsorgssvikt.

**en bør gå** skjer ikke ofte. let er viktig å ha det i bakhodet hele tiden. Det er flere sykepleierne kan se etter: Ofte stemmer ikke skade og overens. Foreldrene kommer sent etter at skaden har Dg de endrer forklaring underveis. et seg om alvorlige brudd- og hodeskader som «shaken rome», skal politiet involveres. riktigt at legene tar seg av politisaker, for det krever ofte bevis. Men sykepleiernes betraktninger er også viktige.

**adre** etterlyser mer systematikk når sykepleierne kartlegger rer vold mot små barn. usene må ha rutiner og manualer om meldeplikten be- sykepleiere, ikke bare leger. Temadager er et godt tiltak. vilkårene for sykepleierne er også viktig. r travle dager, og skriver en rask rapport. I sakene med nå de bruke mer tid på å skrive nøye, men objektivt. nange å rådføre seg med før man melder en sak til et. nke kan involvere alt fra dårlig hygiene og ustelthet, er, brudd og hodeskader. Helsestasjon kan kontaktes e bekymringer. Og man kan godt ringe anonymt til svakten.

**ier** ne Lundberg intervjuet sa de lettere mistenkte forel- iv sosioøkonomisk status enn de med høy. Lundberg te skyldes at mange sykepleiere selv tilhører øvre mid- Når foreldrene forklarer omsorgssvikt og vold med e og stress, kan sykepleierne identifisere seg med og dem. leierne må være oppmerksomme på sine fordommer. ifikasjon kan hindre dem i å gripe inn. Men vold kan samfunnslag og er ulovlig. Det viktigste er at volden g at barnet blir beskyttet. ■■■



**H NYHETER**

**Shell-stopp etter 51 år**

Stasjonseier Roy Michaelsen går til Best etter Shell-rot.



13

**H NYHETER**

**50 år med systemhandel**

I 1959 valgte en gruppe kjøpmenn å handle hos én grossist.



8

**H TALL & TRENDER**

↑ Ica Nær og Spar/Eurospar opp  
↓ Dårlig lavprisuke, men verst i Meny

18

# Handelsbladet FK

www.handelsbladet.no

**GJØR GOD BUTIKK BEDRE**

B-Postabonnement

**FRITT FREM I OMEGA 3-HYLLA:**

**H AVSLØRER**

**MANGLER  
REGLER**

**– MANGE  
VET IKKE  
HVA DE  
SELGER**

**INGEN REGLER:** Det finnes ingen regler for hvor mye omega 3 et kosttilskudd må inneholde. Dermed er det fritt frem på det 270 millioner kroner store omega 3-markedet i dagligvaren.

**STORE BEHOV:** – Leverandørene av omega 3-produkter er ok, men en del markedsaktører vet ikke hva de selger, sier fettforsker Gjermund Vogt ved Nofima Mat.

**Side 4-5**



**Fem milliarder**

**REKORDÅR:** Bunnpris passerer fem milliarder kroner i nettoomsättning i år. Det er ny rekord.

**SIDE 10-11**



**Har planen klar**

**BEST:** – Ambisjonen min er at Coop skal bli Norges beste selskap i sin bransje, sier Coop-sjef Ola H. Strand.

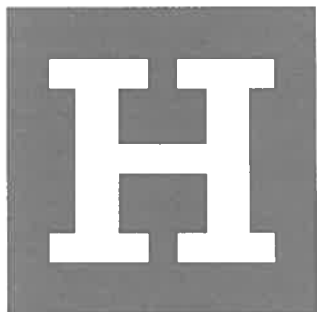
**SIDE 12**

**H TALL & TRENDER**

**+ 4,7%**

**OPPGANG:** Verdien av ferske kaker i norsk dagligvare har gått opp med 4,7 prosent det siste året. I samme periode har salgsvolumet gått ned med 5,6 prosent, viser ferske Nielsen-tall.

**SIDE 18**



**Gjør god butikk bedre på**

www.handelsbladet.no

**Nei, det har ikke vært noen tilsynskampanjer på omega 3.**

Anne Kristi Sommer, Mattilsynet

**Leverandørene av omega 3-produkter er ok, men en del markedsaktører vet ikke hva de selger.**

Gjermund Vogt, Nofima Mat

**Omega 3 er den mest konkurranseutsatte hylla jeg har.**

Erik Ruud, Sunkost Gunerius

**Jeg kan forstå at forbrukerne har problemer med å forholde seg til alle de forskjellige produktene som er på markedet.**

Anne Kristi Sommer, Mattilsynet

## 4 KREMMERE



**SELGER:** 3 av 4 kremmere selger mer omega 3-produkter enn før, og har merket seg at det kommer stadig flere varianter i kosttilskuddshylla.

## Selger du mer kosttilskudd med omega 3?

### Det går mer

Morten Helstad  
Meny Ekerum

– Det har blitt mer av det, det går jevnt med helsekostprodukter generelt. Jeg har flere produkter inne enn før, så totalt går det vel mer. Men jeg vet ikke hvor mye vi selger av hver.

### Konkurranseutsatt

Erik Ruud

Sunkost Gunerius, Oslo

– Omega 3 er den mest konkurranseutsatte hylla jeg har. Vi tar stadig inn nye varianter tilpasset de fleste behov. Nå har jeg til og med tatt inn omega 3 med fiskegelatin, som også innvandrere kan spise. Emv-merket til Sunkost er bestselgeren.

### Tran mer populært

Tore Lie

Rema 1000 Borgheim, Nøtterøy  
– Det har jeg inntrykk av. Tran er blitt mer populært, sikkert fordi det er så mye fokus på det. Det går også mer av produkter tilsatt omega 3. Vi har ganske mange typer i kosttilskuddshylla. Ikke minst har jo krill også kommet.

### Heller husmannskost

Jarl Simonsen

Ica Nær Ålingen, Ål

– Det klarer jeg ikke svare på på stående fot. Jeg synes egentlig ikke kundene er så opptatt av det. Det har jo kommet flere typer, men jeg har ikke lagt merke til at vi har økt mengden. Vi spiser så fornuftig vi, vet du. Husmannskost!

# Fritt frem i k

## Regelfritt område i omega 3-hyllene

## Mange aktører

**FRI FLYT:** Axellus sier «ett gram om dagen» og trakk Aker for retten fordi de mener konkurrentens omega 3-produkt inneholder så lite omega 3-fettsyrer. Som kjent tapte Axellus rettssaken. Det finnes nemlig ingen regler for hvor mye omega 3 slike produkter må inneholde.

**MARIT HAUGDAHL**  
mh@handelsbladet.no

Kosttilskudd med omega 3 i dagligvaren er i sterk vekst. Det siste året ble det ifølge Nielsen omsatt slike produkter for 270 millioner kroner, og omega 3-hylla får stadig flere tilslag av nye produkter som bidrar til mersalg. Men regelverket for omega 3-produkter er svært mangelfullt, og Mattilsynet har ingen oversikt over produktmangfoldet.

### Finnes ingen oversikt

Anne Kristi Sommer er rådgiver i tilsynsavdelingen på Mattilsynets hovedkontor.

For tre år siden var hun prosjektleder for gjennomføringen av en stor tilsynskampanje på merking og markedsføring av kosttilskudd som resulterte i en stor rapport med – etter Mattilsynets eget utsagn – nedslående resultater. Over 90 prosent av produktene som ble kontrollert hadde manglende merking eller kritikkverdig markedsføring. Det omfattende analysearbeidet som ble gjort i ettertid inkluderte ingen marine omega 3-oljer.

– *Så det har ikke vært noen særskilt kontroll av omega 3-produktene på det norske markedet?*

– Nei, det har ikke vært noen tilsynskampanjer på omega 3, sier Sommer til Handelsbladet FK.

### Grenseløst

– *Hvordan klarer dere å ha kontroll med denne produktgruppen?*

– Vi kontrollerer ikke alt, men kan ta stikkprøver. Hvis vi ser produkter som inneholder ulovlige ingredienser eller er merket eller markedsført ulovlig kan vi reagere. Vi får også inn tips fra forbrukere eller konkurrenter om produkter som selges ulovlig, sier Sommer og understreker at det er virksomhetenes ansvar at produktene de selger er produsert, merket, markedsført og omsatt i henhold til gjeldende regelverk.

– *Synes du selv at denne produktgruppen er forvirrende?*

– Ja, jeg kan forstå at forbrukerne har problemer med å forholde seg til alle de forskjellige produktene som er på markedet og at det er vanskelig å velge ut hvilke de vil kjøpe, sier hun.

### Grenseverdier

EU jobber nå med å finne grenseverdier for hvor mye omega 3 et produkt må inneholde før det kan markedsføres med påstander om egenskapene til omega 3.

– Vi i Mattilsynet ønsker også grenser, det vil gjøre arbeidet vårt mye enklere. Det finnes ingen minimums- eller maksimumsgrense når det gjelder omega 3 i dag, sier Anne Kristi Sommer. Legemiddelverket har for øvrig klassifisert døgndoser på over tre gram omega 3-fettsyrer som legemidler.

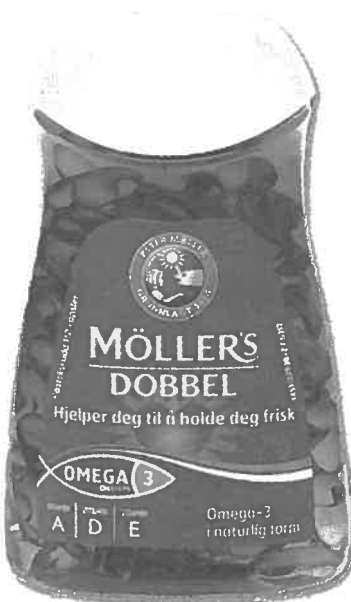
Endringer i regelverket tar tid, det gjøres ikke over natten. Og mens jobben pågår kommer det bare flere og flere omega 3-produkter på markedet.

### Skal dokumenteres

Et normalt utrustet supermarkedt inneholder rundt 30 ulike omega 3-tilskudd, inkludert tran. Merkingen er veldig forskjellig. Noen opererer med prosent, andre oppgir spesifikt innhold av konkrete omega 3-fettsyrer som EPA og DHA, mens enkelte bare oppgir «marine fettsyrer» eller lignende. Få, om noen, kategorier i dagligvarehandelen kan vise til et liknende utvalg. I tillegg kommer alle matvarene som er beriket med omega 3, samt alt av fisk og sjømat.

– *Er det fritt frem i omega 3-hyllene?*

– Dersom produktet markedsføres og merkes med at det inneholder omega 3, skal det kunne dokumenteres at mengden er så stor at den gir positiv virkning. Alle påstander skal også kunne dokumenteres. Det skal tydelig



**FOR MYE MÖLLER'S TRAN?**  
I sommer kom EFSA, EUs vitenskapelige komité, med anbefalinger om at 250 milligram omega 3 per dag er en passende referanseverdi. Hvis dette blir gjeldende i Norge, blir en skje tran 4,8 ganger minimumsdosen.



**ADVARTE:** Handelsbladet FK skrev allerede i juni om slankedronning Jeanette Roede som gikk ut og advarte mot for mye omega 3. Statistikken viser at vi ikke trenger noe særlig mer omega 3 i kosten. Likevel øker antall produkter med disse fettsyrene kraftig.

komme frem at produktet inneholder omega 3, og at det er omega 3 som har denne positive virkningen, ikke produktet i seg selv, sier Sommer.

### Trenger ikke mer

Myndighetene anbefaler at vi får i oss totalt to-tre gram omega 3 om dagen. I høst startet Helsedirektoratet arbeidet med å revidere kostanbefalingene. Arbeidsgruppen skal levere sin rapport før utgangen av året.

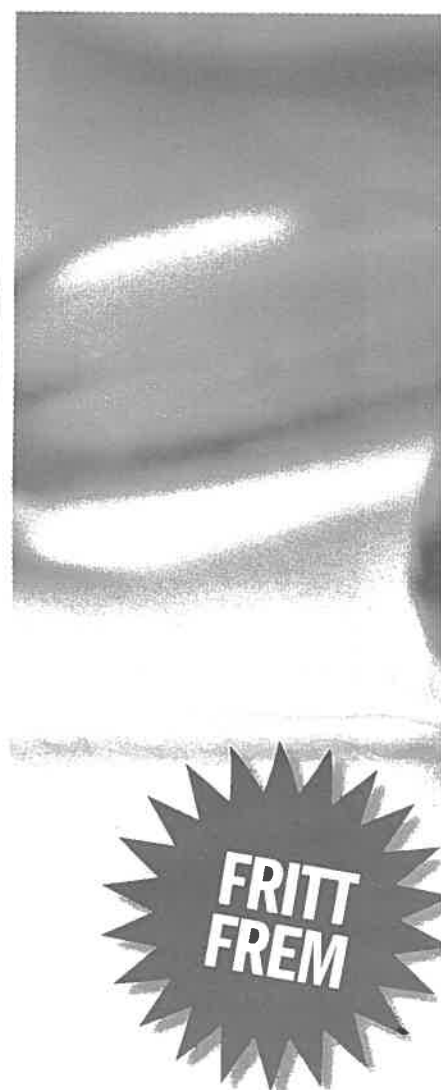
Konklusjonen blir neppe en anbefaling om å ta mer omega 3. Den forrige nasjonale kostholdsundersøkelsen (Norkost, 1993) viste at det gjennomsnittlige inntaket av omega 3-fettsyrer var godt over anbefalt minsteinntak, og nesten på nivå med det ønskelige inntaket. Kvinner spiste cirka to gram omega 3-fettsyrer totalt per dag, mens menn får i seg om lag tre gram.

– *Betyr det at folk ikke trenger omega 3-kosttilskudd?*

– Forbruket av fisk er omtrent uendret de siste årene. Salget av kosttilskudd øker. Helsemyndighetene ser ingen grunn til å anbefale annet tilskudd til vanlig kosthold enn en barneskje tran om dagen, dette fortrinnsvis for å få tilskudd av vitamin D, sier Arnhild Haga Rimestad, avdelingsdirektør i Helsedirektoratet til Handelsbladet FK.

### For mye Möller's tran?

I sommer kom EFSA, EUs vitenskapelige komité, med anbefalinger om 250 milligram omega 3 per dag som refe-



**FRITT  
FREM**

**FOR LITE OMEGA 3?** En dagsdose med for eksempel Superba Krill, produktet som ble saksøkt av Axellus, inneholder i beste fall 0,44 prosent av den foreslåtte minimumsdosen.

ranseverdi. I så fall blir en skje tran 4,8 ganger dagsdosen.

– *Hvis dette blir grenseverdien, vil myndighetene fortsatt anbefale en skje tran om dagen?*

– EFSA's anbefaling er en minimumsanbefaling. Det er ikke noe i veien for å spise mer omega 3 enn dette, sier Haga Rimestad.

Flere eksperter Handelsbladet FK har snakket med innenfor forskning og forvaltning, spør at vi vil få konkrete minimumsverdier for omega 3 i Norge. Hva grenseverdiene blir og når de kommer, er derimot mer usikkert.

– Ut over det arbeidet som skjer med å fastsette kriterier for bruk av ernærings- og helsepåstander om omega 3, og eventuelt ved berikning, har ikke Mattilsynet opplysninger som tilsier at omega 3 vil bli spesielt regulert på EU-nivå, sier seniorrådgiver Anne J. Børmark i Mattilsynet.

**Vi vet per i dag  
for lite om olje-  
kvaliteten til de ulike  
omega 3-produktene.**  
Gjermund Vogt, Nofima Mat

**Helsemyndighetene ser  
ingen grunn til å anbefale  
annet tilskudd til vanlig kosthold  
enn en barneskje tran om dagen.**  
Arnhild Haga Rimestad, Helsedirektoratet

**Vi i Mattilsynet  
ønsker også gren-  
ser, det vil gjøre arbei-  
det vårt mye enklere.**  
Anne Kristi Sommer, Mattilsynet

**Skaff deg nød-  
vendig informa-  
sjon om omega 3-pro-  
duktene du selger.**  
Gjermund Vogt, Nofima Mat

# Østtilskuddhylla

er vet ikke hva de selger ■ Mattilsynet har ikke oversikt over produktene



## – Flere vet ikke hva de selger

**IKKE ETT FETT:** Fettforsker Gjermund Vogt ved Nofima Mat er midt i Norges største kartlegging av omega 3-produkter på markedet. – Leve-  
randørene av omega 3-produkter er ok, men en del markedsaktører vet ikke hva de selger, sier Vogt.

■ MARIT HAUGDAHL  
mh@handelsbladet.no

Omega 3-ekspert Gjermund Vogt karakteriserer en del av markedsaktørene som «litt cowboyer».

– Er det noe kjøpmenn bør undersøke rundt omega 3-produktene?

– At de har nødvendig informasjon om produktet.

– Hva bør forbrukeren se etter når de velger omega 3-produkt?

– Kjente merkenavn.

– Er det mange useriøse aktører?

– Jeg mener det er for mange, sier den erfarne forskeren.

Gjermund Vogt og mastergradstudent Trine Torkildsen jobber nå med å kartlegge et bredt utvalg omega 3-produkter på markedet. De har kjøpt inn produkter for 30 000 kroner og analyserer disse på fettstoffsammensetning og harskning. Dette gjøres for å få kunnskap om hvordan markedet ser ut. Nofima Mat har fått støtte fra stiftelsen Rubin til arbeidet. Analysene skal være ferdige til jul.

– Jeg vet ikke hva som er gjort av slike undersøkelser på verdensnivå. Men i Norge har det ikke blitt gjort en så stor kartlegging tidligere, sier Gjermund Vogt til Handelsbladet FK.

– Vi vet per i dag for lite om oljekvaliteten til de ulike omega 3-produktene, men variasjonen antas å være stor. Derfor har vi satt i gang kartleggingen av omega 3-produkter på det norske markedet. Det inkluderer både helsekostprodukter og funksjonell mat beriket med omega-3, utdyper Vogt.

I tillegg til varierende mengder omega 3-fettsyrer har mange vært redde for at produktene som selges er harske. Derfor undersøkes også dette.

– Fra fisken svømte i vannet kan det ha gått fra én måned til fire år når forbrukeren spiser kapslene eller drikker tranen, opplyser fettforskeren. Det er bevist at oljer som er skånsomt utvunnet fra ferskt råstoff er mer sta-



**KUNNSKAP:** – Skaff deg nødvendig informasjon om omega 3-produktene du selger, er Gjermund Vogts råd til kjøpmennene.

bile mot oksidasjon enn oljer utvunnet av råstoff av dårligere kvalitet. En påvisning av positive helseegenskaper

ved mindre harske produkter vil være et fortrinn for oljer basert på ferskt, norsk råstoff, sier Vogt.